



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE OVEJA EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORA: GUACALES, R. Natali del R.

DIRECTOR: Econ. Luis Cervantes

IBARRA, ENERO DEL 2014

RESUMEN EJECUTIVO

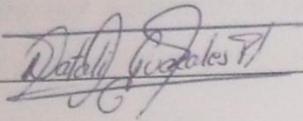
El presente trabajo ha sido realizado con la finalidad de determinar la factibilidad para crear una pequeña empresa de producción y comercialización de carne de oveja en la ciudad de Mira, provincia del Carchi, para la cual se ha determinado establecer aspectos que permitan obtener un mayor enfoque de lo que se pretende hacer tomando como referencia las condiciones geográficas de la ciudad de Mira para la crianza de ovejas y la situación actual de la ciudad de Ibarra ya que es la ciudad que cuenta con mayor población y están en capacidad de adquirir productos cárnicos de esta calidad. Luego se procede a desarrollar el estudio de mercado en el que se establece la demanda potencial a satisfacer y la que implica la oportunidad del proyecto para ofrecer la carne de oveja pelibuey siendo un producto que tiene aceptación en el mercado. El estudio técnico conlleva a la identificación de la localización del proyecto en la ciudad de Mira, lo que se considera un lugar óptimo para la producción de las ovejas por el clima y variedad de pastos que existe para proporcionar la alimentación adecuada, además se identifican los materiales e insumos a utilizar en dicha ejecución. En la evaluación financiera se determina que el proyecto es viable en cuanto al VAN es mayor a cero, pero una vez obtenida la TIR se establece que se obtiene una tasa inferior a la Tasa de Redescuento por lo que se concluye que el inversionista debería optar por invertir en una institución financiera que le proporciona una tasa con mayor de rentabilidad. El proyecto genera cuatro impactos que son educativo, social, empresarial y ambiental los cuales son analizados de acuerdo a los parámetros que se tomaron en cuenta. Por último se establecen las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó una vez terminado el estudio.

SUMMARY

The current work has been done with the aim to determine feasibility to create an enterprise of sheep meat production and trading in Mira city, Carchi province. It has been established certain aspects to focus on what is going to be done, taking on geographic conditions of Mira city for growing sheep and current situation of Ibarra city because of its bigger population and here there is an easier acquisition of brand meat products. After that a market studies is applied to get to know the potential demand to satisfy. It means an opportunity for the project to offer Pelibuey sheep meat because of its good acceptance in the market. The technical studies localize Mira as a suitable place for sheep growing according to its appropriate weather and grass variety to give animals the best feeding. Furthermore, materials and supplies are identified in the execution. According to the financial evaluation is determined that this project is workable for VAN is higher to zero, but once TIR is gotten there is a lower rate to the Rasa rediscount , and in conclusion the investor should invest in a financial situation that gives a rate with a higher profitability. The project generates four kinds of impacts such as: educative, social, business and environmental. Which are analyzed according to its parameters. Finally, conclusions and recommendations are established once the studies are finished.

AUTORÍA

Yo, Natali del Rocío Guacales Reinosa, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE OVEJA EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI" es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado por ningún grado, ni calificación profesional; ya que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



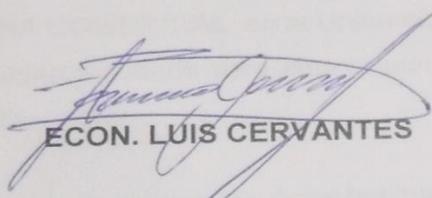
Natali R. Guacalés R.

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la Estudiante de la carrera de Ingeniería Comercial: Natali del Rocío Guacales Reinosa para optar por el título de Ingeniería Comercial, cuyo tema es **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE OVEJA EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI"**.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los. Días del mes de Diciembre del 2013


ECON. LUIS CERVANTES
DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, NATALI DEL ROCÍO GUACALES REINOSA, con cédula de ciudadanía Nro. 100385123-3, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE OVEJA EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI"**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA COMERCIAL** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

NATALI DEL ROCÍO GUACALES REINOSA

100385123-3

Ibarra, a los, 31 días del mes de Enero de 2014

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100385123-3		
APELLIDOS Y NOMBRES:	GUACALES REINOSA NATALI DEL ROCÍO		
DIRECCIÓN:	Mira, calles Machín y Mira y Panamericana Norte.		
EMAIL:	gnatifun2@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2-280-215	TELÉFONO MÓVIL:	0993625714
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	Estudio de Factibilidad para la Creación de una Pequeña Empresa de Producción y Comercialización de Carne de Oveja en la Ciudad De Mira, Provincia Del Carchi.		
AUTOR (ES):	NATALI DEL ROCÍO GUACALES REINOSA		
FECHA:	ENERO 2014		

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Econ. Luis Cervantes

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

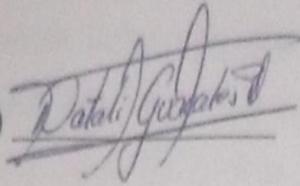
Yo, NATALI DEL ROCÍO GUACALES REINOSA, con cédula de ciudadanía Nro. 100385123-3, en calidad de autora (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los ... días del mes de Enero de 2014.

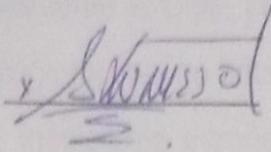
EL AUTOR:

(Firma) 

Natali R. Guacalés R.

C.C.: 100385123-3

ACEPTACIÓN:

(Firma) 

Ing. Betty Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado está dedicado principalmente a Dios, por regalarme vida y darme la sabiduría necesaria para dirigir mi camino hacia el cumplimiento de nuevos retos. A mis padres por inculcarme grandes valores que me ayudaron a crecer y poder ahora estar aquí y todos quienes de manera especial siempre estuvieron dispuestos ayudarme y aconsejarme en los momentos que más necesitaba en desarrollo de este trabajo final.

Natali R. Guacalés

AGRADECIMIENTO

Un sentimiento de gratitud a Dios por darme la oportunidad de culminar con éxito una etapa más de mi vida y por darme una padres maravillosos quienes forjaron en mi la responsabilidad y dedicación.

A mis maestros que con su paciencia impartieron sus conocimientos y experiencias durante toda esta etapa estudiantil y de manera especial al Economista Luis Cervantes Director del proyecto, por su colaboración y apoyo constante en el desarrollo de este presente Trabajo.

A la universidad Técnica del Norte por abrirme sus puertas y a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por darme la oportunidad de forjar mis conocimientos en sus aulas del saber.

Natali R. Guacalés

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación se desarrolló de base al Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de carne de oveja en la ciudad de Mira, Provincia del Carchi.

La realización del proyecto tiene como propósito fundamental aprovechar las propiedades nutricionales del producto cárnico de la oveja de raza africana el cual puede ser conocido y consumido a nivel local, regional y nacional.

Con la implementación de este proyecto se estará impulsando el emprendimiento de actividades distintas a las que comúnmente se ha estado realizando, de esta manera se reactiva la economía del sector mediante la generación de empleo y por ende se mejorará el estilo de vida de los habitantes.

El desarrollo empezó con la realización del Diagnóstico Situacional, en donde se evaluaron los aspectos actuales del entorno tanto de la ciudad de Mira como la ciudad de Ibarra, ya que en la primera se relazará la crianza de la ovejas y la comercialización se la realizará en la en la ciudad de Ibarra. Para ello se ha evaluado variables como la ubicación geográfica y aspectos económicos de los cuales se formó una matriz en donde se identifican los aliados, oponentes, amenazas y oportunidades posibles del proyecto.

Luego se obtiene las bases teóricas y científicas las cuales permiten argumentar cada una de las fases del desarrollo del proyecto con investigación documental y bibliográfica.

En el estudio de mercado se lo realiza a través de la investigación de campo a la muestra que es estudio de indagación mediante la aplicación de un cuestionario en el que se obtiene información relevante sobre la aceptación

y consumo del producto. Esto permitió establecer la posible demanda y oferta que existe en el mercado y encontrar las posibles estrategias de comercialización para penetrar en el mercado.

En el análisis financiero se detalla con absoluta especificación, la inversión requerida en la implantación del proyecto y los valores que permiten realizar la evaluación financiera en a que se obtuvo que el proyecto al ejecutarse obtiene un VAN positivo, pero la TIR es menor que la tasa de redescuento dando una rentabilidad baja. Lo que indica que el proyecto es viable pero con una rentable. A lo que sería mejor que un inversionista le conveniente invertir en una institución financiera ya que estas ofrecen una tasa de interés más alta que la del proyecto.

Finalmente se determinan los impacto posibles que genere la implantación del proyecto que en este caso son positivos y continuamente se realiza las conclusiones y recomendaciones finales.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de carne de oveja en la ciudad de Mira, Provincia del Carchi.

ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico de la situación actual del entorno para determinar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del proyecto.
- Establecer las bases teóricas y científicas que sustenten el problema a través de la investigación bibliográfica y documental.

- Realizar un Estudio de Mercado que permita determinar la oferta y demanda del producto.
- Realizar un Estudio Técnico para determinar el tamaño, la localización, procesos productivos, inversiones y el talento humano.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la inversión y factibilidad del proyecto.
- Elaborar una guía técnica sobre la estructura de la pequeña empresa para la producción y comercialización de carne de oveja de raza africana.
- Determinar los posibles impactos que puede generar la implantación del proyecto en los aspectos social, económico-empresarial y ambiental.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	xiii
GENERAL	xiii
ESPECÍFICOS	xiii
ÍNDICE GENERAL	xv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxvi
CAPÍTULO I.....	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	27
ANTECEDENTES.....	27
OBJETIVOS	29
General.....	29
Específicos	29
RELACIÓN DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA.....	30
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	32
Área geográfica	32
Aspectos demográficos del cantón Mira	34

INFRAESTRUCTURA	39
Servicios Básicos.....	39
Población Total.....	40
Población Económicamente Activa (PEA)	40
Población Hombres y Mujeres	40
Superficie	41
Organización Política y Territorial de Ibarra	41
Economía	42
Desempleo	43
MATRIZ AOR.....	44
IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN	45
CAPÍTULO II.....	46
BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICA	46
EMPRESA.....	46
Definición.....	46
Pequeña Empresa.....	48
Características.....	48
OVINOS	49
Definición.....	49
Tipo de animal	49
Razas	50
Raza Africana (Pelibuey- Criolla de pelo)	50
Historia	50
Características.....	51
DEMOGRAFÍA	57
Población.....	57
GEOGRAFÍA	58
Definición.....	58
Clima	58
Altitud	59
ESTUDIO DE MERCADO.....	59
Mercado	59

Producto	60
Demanda.....	61
Oferta	61
Precio	62
Comercialización	62
ESTUDIO TÉCNICO.....	63
Tamaño de proyecto.....	64
Localización del proyecto.....	64
Ingeniería del proyecto	65
Inversión	66
Capital de trabajo.....	67
Costos de Producción.....	68
ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO	70
Presupuesto de Ingreso y de gastos.....	70
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	70
Balance Inicial	70
Estado de flujo de caja	71
Evaluadores financieros.....	71
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	75
Estructura Funciona.....	75
Organigrama.....	75
Misión	76
Visión.....	76
IMPACTOS.....	76
CAPITULO III.....	78
ESTUDIO DE MERCADO.....	78
PRESENTACIÓN	78
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	79
Objetivo General.....	79
Objetivos Específicos	79
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	81
Características de la raza Pelibuey.....	81

SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	82
Población.....	83
Mercado meta.....	83
Fuentes de Información	84
INSTRUMENTO N°1.....	85
INSTRUMENTO N°2.....	96
IDENTIFICACIÓN DE DEMANDA	98
Análisis de la demanda.....	98
Demanda actual	98
Proyección de la demanda	99
IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA	100
Proyección de la oferta	101
DEMANDA POR SATISFACER.....	103
DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO	103
COMERCIALIZACIÓN.....	104
Producto	105
Precio	105
Promoción	105
Canales de Distribución.....	105
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	106
CAPÍTULO IV	107
ESTUDIO TÉCNICO.....	107
PRESENTACIÓN	107
OBJETIVOS	107
Objetivo General.....	107
Objetivos Específico	107
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	108
Macro localización	108
Micro Localización	110
TAMAÑO DEL PROYECTO	113
Mercado	114
Capacidad de producción	114

Disponibilidad de materia prima.....	115
Disponibilidad de Mano de obra.....	115
INGENIERÍA DEL PROYECTO	115
Disponibilidad o programa de producción	115
Distribución de la planta.....	115
Diseño de la planta	117
Requerimiento de Personal	118
Proceso de Producción.....	119
Flujograma de proceso de producción de la carne de oveja pelibuey	120
INVERSIÓN DEL PROYECTO	123
Inversión fija	123
Costos de producción	129
Gastos administrativos	131
Gastos de ventas.....	133
Gastos Financieros.....	134
Activo diferido	135
Capital de trabajo.....	135
CAPÍTULO V	137
ESTUDIO FINANCIERO.....	137
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	137
Financiamiento	138
PROYECCIONES DE INGRESOS	139
PRESUPUESTO DE EGRESOS	140
Costos de producción	140
Gastos administrativos.	144
Gastos de ventas.....	147
Gastos financieros	149
Gastos de depreciación	149
ESTADOS FINANCIEROS	150
Estado de situación inicial.....	150
Estado de pérdidas y ganancias	151
Flujo de efectivo	152

EVALUACIÓN FINANCIERA.....	153
Tasa de redescuento	153
Análisis del valor actual neto	154
Tasa interna de retorno	154
Relación costo beneficio	156
Punto de equilibrio	158
CAPÍTULO VI	159
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL.....	159
DENOMINACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA.....	159
Nombre o razón social.....	159
Logotipo.....	159
Etiqueta	159
TIPO DE EMPRESA.....	160
ASPECTO LEGAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA	161
Documentos para el funcionamiento de la empresa en mira.....	161
Trámites para permisos del faenamiento	162
Documentos para la comercialización de la carne en la ciudad de Ibarra	162
ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA	163
Misión	163
Visión.....	163
Objetivos de la pequeña empresa	163
Políticas Organizacionales.....	164
Principios y Valores Institucionales	165
ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA	166
Organigrama estructural	166
MANUAL DE FUNCIONES	167
Junta general de accionistas	167
Gerencia- Gerente	168
Área de Contabilidad – Contadora	169
Área de Producción	169
Unidad de Comercialización	171

CAPÍTULO VII	173
IMPACTOS DEL PROYECTO	173
METODOLOGÍA A UTILIZARSE	173
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	174
EDUCATIVO.....	175
EMPRESARIAL	176
AMBIENTAL	177
CONCLUSIONES	178
RECOMENDACIONES.....	180
BIBLIOGRAFÍA.....	182
LINKOGRAFÍA	183
ANEXOS	184

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 MATRIZ DIAGNÓSTICA	30
Cuadro 2 UBICACIÓN GEODÉSICA	32
Cuadro 3 PRODUCTOS QUE SE CULTIVAN DE ACUERDO AL CLIMA	33
Cuadro 4 POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE MIRA.....	35
Cuadro 5 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	35
Cuadro 6 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE IBARRA	40
Cuadro 7 POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA	41
Cuadro 8 MATRIZ AORR	44
Cuadro 9 BENEFICIOS NUTRICIONALES.....	54
Cuadro 10 MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO	80
Cuadro 11 EXPENDEDORES DE CÁRNICOS.....	83
Cuadro 12 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS CON MAYOR FRECUENCIA	85
Cuadro 13 LUGAR DONDE ADQUIEREN LOS PRODUCTOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN	86
Cuadro 14 VARIABLES PARA ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS ...	87
Cuadro 15 PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS QUE ADQUIEREN LOS EXPENDEDORES.....	88
Cuadro 16 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	89
Cuadro 17 CONOCIMIENTO DE LA CARNE DE OVEJA PELIBUEY	90
Cuadro 18 ACEPTABILIDAD DEL PRODUCTO.....	91
Cuadro 19 ADQUISICIÓN DE UN PRODUCTO NUTRICIONAL	92
Cuadro 20 CARNE DE OVEJA PELIBUEY CON BENEFICIOS NUTRICIONALES.....	93
Cuadro 21 CANTIDAD A ADQUIRIR	94
Cuadro 22 PRECIO DE COMERCIALIZACIÓN	95
Cuadro 23 DEMANDA ACTUAL	98
Cuadro 24 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	100
Cuadro 25 OFERTA DE OVEJAS PELIBUEY	100
Cuadro 26 PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	102

Cuadro 27 PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	102
Cuadro 28 DEMANDA POR SATISFACER	103
Cuadro 29 PRECIO DE VENTA PROYECTA	104
Cuadro 30 CUADRO DE CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	114
Cuadro 31 ÁREAS DE LA PLANTA.....	116
Cuadro 32 REQUERIMIENTO DE PERSONAL.....	118
Cuadro 33 TERRENO	123
Cuadro 34 CONSTRUCCIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE LAS OVEJAS	124
Cuadro 35 ADECUACIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA	125
Cuadro 36 RESUMEN DE LA CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIONES..	126
Cuadro 37 MAQUINARIA PARA LA PRODUCCIÓN	126
Cuadro 38 EQUIPOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	127
Cuadro 39 MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	127
Cuadro 40 SEMOVIENTES	128
Cuadro 41 RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	128
Cuadro 42 DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	129
Cuadro 43 MATERIA PRIMA.....	130
Cuadro 44 REQUERIMIENTO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA.....	130
Cuadro 45 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	131
Cuadro 46 REMUNERACIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO ANUAL	131
Cuadro 47 GASTO SUELDO ADMINISTRATIVO.....	131
Cuadro 48 SERVICIOS BÁSICOS.....	132
Cuadro 49 ARRIENDO	132
Cuadro 50 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS	132
Cuadro 51 REMUNERACIONES	133
Cuadro 52 PUBLICIDAD.....	133
Cuadro 53 TRANSPORTE.....	134
Cuadro 54 RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS.....	134
Cuadro 55 GASTOS FINANCIEROS.....	134
Cuadro 56 GASTOS FINANCIEROS MENSUALES	135

Cuadro 57	ACTIVOS DIFERIDOS	135
Cuadro 58	CAPITAL DE TRABAJO	136
Cuadro 59	INVERSIÓN	138
Cuadro 60	FINANCIAMIENTO.....	138
Cuadro 61	TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	139
Cuadro 62	INGRESOS	140
Cuadro 63	MATERIA PRIMA.....	141
Cuadro 64	PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL	142
Cuadro 65	REMUNERACIONES PROYECTADOS ANUALMENTE	142
Cuadro 66	PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA.....	143
Cuadro 67	PROYECCIÓN DE LOS CIF`S	143
Cuadro 68	DEPRECIACIÓN ACTIVOS DE PRODUCCIÓN	144
Cuadro 69	RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN	144
Cuadro 70	SUELDOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES	145
Cuadro 71	SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO ANUAL	145
Cuadro 72	REMUNERACIONES ADMINISTRATIVAS ANUALES.....	145
Cuadro 73	SERVICIOS BÁSICOS.....	146
Cuadro 74	ARRIENDO DE LOCAL.....	146
Cuadro 75	RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS	146
Cuadro 76	REMUNERACIÓN DE VENTAS MENSUAL.....	147
Cuadro 77	PUBLICIDAD.....	147
Cuadro 78	TRANSPORTE.....	148
Cuadro 79	RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS.....	148
Cuadro 80	GASTO INTERÉS	149
Cuadro 81	GASTO DE DEPRECIACIÓN.....	149
Cuadro 82	AMORTIZACIONES	149
Cuadro 83	ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	150
Cuadro 84	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	151
Cuadro 85	FLUJO DE EFECTIVO	152
Cuadro 86	TASAS DE INTERÉS ACTIVA Y PASIVA	153

Cuadro 87 TASA DE REDESCUENTO.....	153
Cuadro 88 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	154
Cuadro 89 TASA INTERNA DE RETORNO.....	155
Cuadro 90 RELACIÓN COSTO BENEFICIO	156
Cuadro 91 RELACIÓN COSTO BENEFICIO	157
Cuadro 92 PUNTO DE EQUILIBRIO	158
Cuadro 93 MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	173
Cuadro 94 IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	174
Cuadro 95 IMPACTO EDUCATIVO	175
Cuadro 96 IMPACTO EMPRESARIAL.....	176
Cuadro 97 IMPACTO AMBIENTAL.....	177

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 OVEJA PELIBUEY	81
Gráfico 2 CARNE DE PELIBUEY	82
Gráfico 3 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS CON MAYOR FRECUENCIA	85
Gráfico 4 LUGAR DONDE ADQUIEREN LOS PRODUCTOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN	86
Gráfico 5 VARIABLES PARA ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS	87
Gráfico 6 PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS QUE ADQUIEREN LOS EXPENDEDORES	88
Gráfico 7 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	89
Gráfico 8 CONOCIMIENTO DE LA CARNE DE OVEJA PELIBUEY	90
Gráfico 9 ACEPTABILIDAD DEL PRODUCTO	91
Gráfico 10 ADQUISICIÓN DE UN PRODUCTO NUTRICIONAL	92
Gráfico 11 CARNE DE OVEJA PELIBUEY CON BENEFICIOS NUTRICIONALES	93
Gráfico 12 CANTIDAD A ADQUIRIR	94
Gráfico 13 PRECIO DE COMERCIALIZACIÓN	95
Gráfico 14 MAPA DE UBICACIÓN	109
Gráfico 15 UBICACIÓN CANTÓN MIRA	110
Gráfico 16 CROQUIS DE LA EMPRESA DEL ÁREA ADMINISTRATIVA	111
Gráfico 17 CROQUIS DE LA EMPRESA DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE OVEJAS PELIBUEY	112
Gráfico 18 DISEÑO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA	117
Gráfico 19 DISEÑO DE LA GRANJA	117
Gráfico 20 DIAGRAMA DE PROCESOS	119
Gráfico 21 FLUJOGRAMA DE PROCESOS	120
Gráfico 22 LOGOTIPO	159
Gráfico 23 DISEÑO DE LA GRANJA	160
Gráfico 24 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	167

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El Cantón Mira está ubicado al suroeste de la Provincia del Carchi, asentado en un mirador natural conocido como “Balcón de los Andes”.

Se limita al Norte y noroeste con el Cantón Tulcán, al Norte y noreste con el Cantón Espejo, al Sur y Suroeste con la Provincia de Imbabura, Sur y sureste con el Cantón Bolívar. (www.mira.gob.ec)

Fue declarado Cantón, mediante Decreto Legislativo N° 047, el 18 de agosto de 1980 y publicado en el Registro Oficial N° 0261 durante la presidencia del Dr. Jaime Roldós Aguilera. Cuenta con cuatro parroquias que son: Mira como cabecera cantonal, La Concepción, Juan Montalvo y Jacinto Jijón y Caamaño. (Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Mira, 2012)

La ciudad de Mira cuenta con una población de 2.898 habitantes, de lo cual 1380 corresponden a mujeres y 1518 a hombres de aquí que se cuenta con una población económicamente activa de 2.496 personas, según datos obtenidos del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) correspondientes al año 2010.

La agricultura es considerada como una fuente primordial para contribuir al desarrollo económico en este Cantón; hasta la actualidad no se ha logrado obtener resultados beneficiosos, considerando que las prácticas agrarias no mejoran y siempre se ven enfocadas a cultivar productos tradicionales en mayor proporción, tales como son;

el maíz, fréjol, arveja, cebada, trigo y aguacate. (Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Mira, 2012)

Además, es importante señalar que los ingresos mensuales de las familias en promedio no alcanzan al monto de un sueldo básico, ya que cerca del 60% de la población no poseen un empleo fijo y únicamente trabajan a tiempo jornal, obteniendo así, ingresos ocasionales.

Por otra parte, se han implantado proyectos que contribuyen al desarrollo de este lugar, el cual se ha enfocado a la producción avícola, crianza de cabras lecheras, crianza de ovejas de raza africana, entre otros. Pero no se ha logrado obtener buenos resultados, en vista de que no existen empresas debidamente estructuradas en la ciudad de Mira que se dediquen a la producción y comercialización de dichos productos. Lo que provoca que estos proyectos no promuevan el desarrollo de la ciudad y mucho menos del cantón; ya que la implementación y ejecución de proyectos lleva a una sociedad a mejorar y encontrar nuevas formas de producción y comercialización de productos.

Mira es el cantón que cuenta con mayor número de ovejas de raza africana, ya que existen aproximadamente 150 cabezas de esta raza. Estas fueron importadas del Perú en el año 2008. Su carne es cotizada en el mercado debido a que posee grandes propiedades alimenticias y nutricionales. Por lo que se cree que tendrá gran acogida en el mercado local, regional y nacional. (GAD del Cantón Mira)

Por tal motivo se ha considerado crear una pequeña empresa de producción y comercialización de carne de oveja pelibuey en la ciudad de Mira para contribuir con el desarrollo económico local, lo cual generará fuentes de empleo mejorando así el bienestar de la colectividad.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico situacional del entorno de la ciudad de Mira, que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.

1.2.2. Específicos

- Determinar el área geográfica en el que se va a desarrollar el proyecto.
- Analizar los aspectos demográficos de la ciudad de Mira para evaluar las condiciones poblacionales.
- Determinar los aspectos económicos del área de influencia para evaluar la situación económica en el que se desarrolla la ciudad.
- Conocer las tendencias socio-culturales de los habitantes de la ciudad para determinar las costumbres, hábitos y calidad de salud que poseen.
- Conocer la infraestructura que posee la ciudad para su desarrollo.

1.3. RELACIÓN DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA

Cuadro 1 MATRIZ DIAGNÓSTICA

Objetivo General	Objetivos Específicos	VARIABLES	Indicadores	Fuente	Instrumento
Realizar un diagnóstico situacional del entorno de la ciudad de Mira, que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	• Determinar el área geográfica en el que se va a desarrollar el proyecto.	• Geográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Clima • Relieve • Altitud 	Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria	Documentos Internet
	• Analizar los aspectos demográficos de la ciudad de Ibarra.	• Demográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Población Económicamente activa • Empleo • Subempleo 	Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria	Internet Documentos
	• Determinar los aspectos económicos	• Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Agricultura • Industrial 	Secundaria Secundaria	Documentos

del proyecto	del área de influencia del proyecto.		• Servicios	Secundaria	
	• Conocer las tendencias socio-culturales de los habitantes de la ciudad.	• Socio-culturales	• Tendencias alimenticias • Educación • Salud	Secundaria Secundaria Secundaria	Internet Documentos
	• Conocer la infraestructura que posee la ciudad	• Infraestructura	• Servicios tecnológicos • Servicios Básicos • Vías de Acceso	Secundaria Secundaria Secundaria	Documentos Internet Internet

Fuente: Investigación Directa
ELABORADO POR: La autora

1.4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.4.1. Área geográfica

1. Ubicación Geográfica

Para realizar el diagnóstico situacional del proyecto, se tomará en cuenta a la ciudad de Mira, puesto que en este lugar se ubicará la pequeña empresa.

El Cantón Mira está ubicado al suroeste de la Provincia del Carchi, asentado en un mirador natural conocido como “Balcón de los Andes”. Se limita al Norte y noroeste con el Cantón Tulcán, al Norte y noreste con el Cantón Espejo, al Sur y Suroeste con la Provincia de Imbabura, Sur y sureste con el Cantón Bolívar. (Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Mira, 2012)

2. Ubicación Geodésica

Cuadro 2 UBICACIÓN GEODÉSICA

Norte:	0° 56' Latitud Norte y 78° 25' Longitud Occidental
Oeste	0° 29' Latitud Norte y 78° 04' Longitud Occidental
Este:	0° 34' Latitud Norte y 77° 59' Longitud Occidental
Oeste:	0° 53' Latitud Norte y 78° 28' Longitud Occidental

Fuente: (Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Mira, 2012)

Elaborado por: La autora

3. Clima

El Cantón Mira cuenta con variedad de microclimas, ya que su suelo inclinado va desde los 1000 hasta los 3500 metros sobre el nivel del mar, dando lugar a temperaturas altas, medias y bajas. En las siguientes

especificaciones se detallan los aspectos del clima y los productos que se cultivan por tener mayor adaptabilidad.

Cuadro 3 PRODUCTOS QUE SE CULTIVAN DE ACUERDO AL CLIMA

Sub Tropical Semi-Humedo	
Altitud:	1000 a 1300 msnm.
Precipitación Anual:	< 2000 mm
Temperatura Promedio:	25° C
Vegetación:	Maderas Finas
Sub Tropical Seco	
Altitud:	1300 a 1800 msnm
Precipitación Anual:	< 500 mm
Temperatura Promedio:	24° C
Vegetación:	Espino del valle, Guarango, Chonta, Tunas.
Productos:	Fréjol, hortalizas, aguacate, durazno, tomate riñón, cebolla paiteña.
Templada	
Altitud:	1800 a 2600 msnm.
Precipitación Anual:	Temperatura Promedio: 18° C
Vegetación:	Chilca, Cholán, pastos
Productos:	Frejol, Maíz,
Templada Fría	
Altitud:	2600 a 3500 msnm.
Precipitación Anual:	750 mm
Temperatura Promedio:	12° C
Vegetación:	Puma maque, Cerote, mortiño
Productos:	Maíz, habas, arveja, cebada, papas

Fuente: Municipio de Mira
Elaborado por: La autora

La ciudad de Mira posee un agradable clima el cual promedia los 18° C ya que se encuentra a 3000 metros de altura s.n.m. y tiene una pluviosidad anual de 636 mm, lo que da lugar a una variada producción agrícola. Entre los productos que más se adaptan a este clima como son: el maíz, el frejol y hortalizas.(Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Mira, 2012)

Además, existen extensiones de terrenos que no son cultivados por los habitantes, en los cuales se produce césped y otras hierbas, las cuales sirven de alimento para los animales que se producen en este lugar, como son; el ganado vacuno, el ovino (ovejas pelibuey) y caprino (cabras lecheras). Incluyendo también la producción de pollos y gallinas ponedoras mediante la creación de pequeños galpones. (GAD del Cantón Mira)

1.4.2. Aspectos demográficos del cantón Mira

1. Población

El cantón Mira tiene la siguiente división política:

Mira, como cabecera cantonal y las parroquias rurales de Concepción, Juan Montalvo y Jacinto Jijón y Caamaño.

Cuenta con una población de 12.180 habitantes, divididos por parroquias de la siguiente manera:

Cuadro 4 POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE MIRA

Parroquias	Urbano	Rural	Total
CONCEPCION	-	2.807	2.807
JIJON Y CAAMAÑO	-	2.071	2.071
JUAN MONTALVO	-	1.308	1.308
MIRA (CHONTAHUASI)	3.096	2.898	5.994
Total	3.096	9.084	12.180

Fuente: INEC censo 2010.

Elaborado por: La autora

La parroquia de Mira tiene una población de 5 994 habitantes de cuales, 3 096 corresponden a la población urbana y 2 898 son del área rural.

2. Población Económicamente Activa

Cuadro 5 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

CONCEPCIÓN		PEA
	Hombre	811
	Mujer	309
	Total	1.120
JIJÓN Y CAAMAÑO		PEA
	Hombre	586
	Mujer	159
	Total	745
JUAN MONTALVO		PEA
	Hombre	391
	Mujer	124
	Total	515
MIRA (CHONTAHUASI)		PEA
	Hombre	1.631
	Mujer	865
	Total	2.496
TOTAL		PEA
	Hombre	3.419
	Mujer	1.457
	Total	4.876

Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: La autora

Se puede apreciar que a nivel cantonal existe una población económicamente activa de 4876 habitantes, entre hombres y mujeres. En la ciudad de Mira como cabecera cantonal existe una población económicamente activa de 2.496 personas. Correspondiendo así al 41.64% de Población en total, lo que significa que tenemos una población pequeña, la cual podría estar en capacidad de adquirir el producto cárnico en este lugar.

Por tal motivo, se considera adecuado que para ser base de estudio para la comercialización del producto cárnico se tome en cuenta la ciudad de Ibarra, la cual tiene una mayor influencia de personas ya que es considerada la cuarta ciudad a nivel nacional con mayor población y además tienen mayor capacidad de adquisición y existe mayor comercio en esta ciudad.

3. Actividad económica de Mira

Agropecuaria

La economía del cantón Mira se basa principalmente en la agricultura, es decir en un 71% de la población se dedica a cultivar las grandes extensiones de terreno productivas, en los cuales producen de acuerdo al clima; maíz, frejol, cebada, trigo, habas, entre otros. Y el resto de la población se dedica a la ganadería, a la crianza de ovino, animales caprinos y aves. En sí, el que tiene mayor influencia en el desarrollo económico del cantón, es el sector agropecuario, ya que todos se emplean en relación a estas actividades. (Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Mira, 2012)

En la ciudad de Mira, en el año 2008 se introdujeron 200 cabezas de oveja de raza africana o como más conocidas, el Pelibuey. Estas fueron exportadas desde el Perú. Un país en el cual esta actividad ha

contribuido en gran medida a las comunidades que se dedican a la crianza de las ovejas. (GAD del Cantón Mira)

El propósito fundamental de este proyecto era buscar la manera de integrar nuevas actividades económicas a la ciudad, y no seguir en las mismas actividades productivas tradicionales que se vienen realizando desde mucho antes que se constituyera como cantón.

El Pelibuey constituye la base productiva de la ganadería ovina en las zonas tropicales del país. Diversos estudios han constatado las ventajas que el uso de esta raza como línea materna, presenta sobre otras razas particularmente las de lana, como son su rusticidad y adaptabilidad a diversas condiciones climáticas y nutricionales, su ausencia de estacionalidad y sobre todo sus altas tasas de fertilidad y prolificidad.

Industrial

La actividad industrial que se desarrolla en la ciudad de Mira es la producción del Tardón Mireño, cuyo producto es una tradición y se la sirve en ocasiones especiales. Hasta la actualidad este producto se ha convertido en un producto reconocido a nivel regional y hasta nacional. (GAD del Cantón Mira)

También cuenta con la producción del aceite de aguacate. Es un producto sumamente saludable, pero por su alto valor adquisitivo, no tiene suficiente demanda y se lo exporta hacia otros países.

Además se cuenta con la pequeña producción de artesanías que son elaboradas por asociaciones, en las que tenemos la elaboración de sacos de lana y pequeñas esculturas.

Servicios

La ciudad de Mira cuenta con establecimientos que proporcionan servicios financieros, en este se cuenta con la presencia de dos cooperativas y el Banco Nacional de Fomento. Además cuenta con la prestación de servicios de internet y asesoría jurídica.

4. Socio-cultural

Hábitos Alimenticios

En la ciudad de Mira predominan los granos en la comida diaria, siendo la base de su alimentación casi “vegetariana”; teniendo la carne de cerdo como complemento, carnes rojas y el consumo casi diario de la carne de pollo por su fácil acceso y precio económico.

*Entre las comidas de diario se acostumbra principalmente el locro de papas, arroz con fréjol o arveja acompañados de aguacate, tostado o choclo (según la época del año) y un rico aguado de limón (limonada).
(www.mira.ec)*

Las sopas generalmente varían entre locro de papas, zambo, sancocho con carne de cerdo, arroz de cebada, mazamorra de choclo, sopa chorreada, fideo, colada de haba, de arveja, quinua, bolas de maíz, morocho de sal, caldo de pollo, etc.

Se puede señalar que la mayor parte de la población consume granos, cereales y carnes para acompañar su plato.

1.5. INFRAESTRUCTURA

1.5.1. Servicios Básicos

Según muestran los datos estadísticos, a nivel cantonal la utilización de internet y manejo de computadores se encuentra en un bajo nivel de conocimientos tecnológicos e igualmente en promedio sobre la utilización los servicios básicos, alcanzan al 39,8%.

Pero a lo que respecta a la ciudad de Mira, se ha ampliado los servicios básicos puesto que casi toda la población urbana cubre en un 89% lo que es el servicio de agua potable y alcantarillado, luz eléctrica cubre en su totalidad, el servicio telefónico esta entre el 78% y el internet en un 45%.

El hecho de que existan servicios básicos en la ciudad, permitirá que la empresa que se va a instalar en la ciudad, cuente con los servicios de agua; luz eléctrica para el manejo de equipos que se utilizarán e internet el cual será una herramienta necesaria para promocionar el producto cárnico a nivel local, regional y nacional..(Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Mira, 2012)

Vías de Acceso

En la actualidad, Mira cuenta con una con vía de acceso, la cual fue reconstruida en el año 2012 y se le da mantenimiento diariamente para que la vía esté en buenas condiciones.

Además las calles de la ciudad son adoquinadas y se mantienen. (Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Mira, 2012)

1.6. DEMOGRAFÍA DE LA CIUDAD DE IBARRA

1.6.1. Población Total

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes.

1.6.2. Población Económicamente Activa (PEA)

Este indicador corresponde a la población que participa en la producción de bienes y servicios.

Cuadro 6 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE IBARRA

Genero	PEA
HOMBRE	35.910
MUJER	27.960
TOTAL	63.870

Fuente: INEC censo 2010
Elaborado por: La autora

1.6.3. Población Hombres y Mujeres

Ibarra sufre el fenómeno de retro gestación femenina, es decir cada vez nacen más mujeres que varones, esto demostrado en que en Ibarra hay 1,06 mujeres por varón.

Cuadro 7 POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA

Género	N° de Habitantes	Porcentaje
Femenino	93.389	51.55%
Masculino	87.786	48.45%

Fuente: INEC censo 2010
Elaborado por: La autora

1.6.4. Superficie

El cantón Ibarra, cuya capital es San Miguel de Ibarra, está constituida por cinco parroquias urbanas y siete rurales, con una superficie total de 1.162,19 km², una densidad poblacional de 131,87 hab./Km² en el cantón, 2.604 hab./Km² en el área urbana y 39,1 hab./Km² en el área rural. La zona urbana del cantón cubre una superficie de 41,68Km², la zona rural incluida la periferia de la cabecera cantonal cubre una superficie de 1.120,51 Km². (Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Mira, 2012)

Ubicada en la zona norte de Ecuador. Se ubica a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. La ubicación de la ciudad de Ibarra está casi a mitad distancia entre Tulcán y Quito. Es también parte del corredor Tulcán-Riobamba.

- Altitud: 2.192 metros.
- Latitud: 00° 21' N
- Longitud: 078° 07' O

1.6.5. Organización Política y Territorial de Ibarra

Ibarra se halla dividida en más de 400 barrios que agrupan 5 parroquias urbanas, estas se encargan de mantener el orden, hacer

cumplir las leyes del alcalde y de administrar bien los recursos de la ciudad, pero en total son 7 parroquias rurales y 6 urbanas que conforman el Cantón de Ibarra en sí. (Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Ibarra, 2012)

Los barrios son agrupaciones que conforman las parroquias urbanas de la ciudad, estas al contrario de la parroquia no tienen autonomía, tan sólo un rango legislativo y poder de administración de recursos.

1.6.6. Economía

La ciudad se mantiene próspera gracias al Sector Terciario que supone el 70% de los empleos en la ciudad, la agroindustria y la producción de alimentos como la cebada, la remolacha, la caña de azúcar, la patata, las legumbres, cítricos y aceitunas son también crecientes, el sector artesano y Secundario es ampliamente dedicado como otras ciudades imbabureñas a la moda, así mismo otro factor importante es la transformación de la cal y la gastronomía, así pues el sector más próspero es el turismo, para 2010 Ibarra tenía el puesto 7 en ciudades económicas, su prosperidad se hace también importante gracias al sector financiero y bancario de Ibarra, el Banco Pichincha, Banco del Guayaquil y más de 40 bancos y cooperativas mantienen sedes importantes aquí, el Banco Capital es originario de Ibarra. Ibarra no cuenta con una industria productiva fuerte. La poca tradición productora del cantón está concentrada en la explotación azucarera en los valles al norte de la ciudad. La importancia de la ciudad radica en la actividad comercial. Ibarra es el punto de acopio, comercialización y distribución de productos al resto de la provincia y al Carchi. (Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Ibarra, 2012)

Los datos del Censo Económico permiten determinar que Ibarra es una ciudad dedicada al comercio. Esta actividad genera el 72 % del total de ingresos anuales, que bordean los 178 millones de dólares.

Los ibarreños se dedican a la compra y venta de bienes. Personas de todas las latitudes regionales confluyen en la ciudad a intercambiar productos y adquirir servicios. Los pequeños negocios como tiendas de abastos que tiene Ibarra, bordean el 23%, de un total de cinco mil 682 establecimientos afincados en la ciudad.(Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Ibarra, 2012)

La ciudad de Ibarra posee 181.175 habitantes, de los cuales, el 35% corresponden a la población económicamente activa y teniendo con datos nacionales se puede establecer

1.6.7. Desempleo

El desempleo en la ciudad de Ibarra es aproximadamente de 8 334 personas que podrían encontrar un trabajo pero no están ocupando un puesto de trabajo, esto se lo determina de acuerdo al porcentaje de la tasa de desempleo a nivel nacional.

Fuente: Según datos del INEC del censo 2010

1.7. MATRIZ AOOD

Cuadro 8 MATRIZ AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Las condiciones climáticas, ya que la ciudad de Mira posee un clima templado el cual es adecuado para la producción del pelibuey. • La población de la ciudad de Ibarra que consume carnes rojas. • La personas que tienen tendencias a consumir productos sanos debido a las enfermedades que contraen otros productos cárnicos. • Vías de acceso que permiten poder acceder fácilmente a lugar a donde se pretende producir el pelibuey. • Crecimiento de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> • La presencia de productos sustitutivos como es la carne de res, cerdo y pollo. • La competencia que ofrece carne de oveja en las mismas condiciones. • La cultura de consumo de las personas porque únicamente comen carne de pollo, res y cerdo. • Desconocimiento del producto cárnico de oveja pelibuey en el mercado. • Falta de mano de obra calificada puesto que no existen un gran número personas que tengan conocimientos sobre el cuidado y alimentación del pelibuey.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Tener un terreno propio para instalar la empresa. • Producto de alto contenido nutricional. • Incremento de ingresos económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aparecimiento de enfermedades que pueden contraer los animales. • surgimiento de nuevos productos saludables. • La inestabilidad de las temporadas climáticas ya que pueden existir tiempos de verano demasiado prolongado y se

	escasee el alimento para el pelibuey.
--	---------------------------------------

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: La autora

1.8. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Una vez realizado el diagnóstico situacional del entorno mediante el análisis de las variables e indicadores se puede establecer y analizar los aliados, oponente, oportunidades y riesgos del proyecto. En referencia a estos componentes se puede decir que como aliados se ha encontrado que la oveja pelibuey es un animal ovino que es codiciado por las propiedades nutricionales que posee su carne, tiene fácil adaptabilidad a varios climas y su alimentación únicamente depende del pasto o forraje.

En lo que se refiere a la producción del pelibuey en la Ciudad de Mira tendrá una buena adaptabilidad puesto que cuenta con un clima templado y en sus extensiones de terreno que no se cultivan, se produce el pasto para la alimentación de los animales. Además se ha considerado que la carne de oveja pelibuey tiene propiedades nutricionales, y puede ser introducida en la alimentación diaria de las familias. Aunque este producto no es conocido por las personas consumidoras de carnes, se puede difundir sus beneficios nutricionales y su fácil preparación, de esta manera muchas personas estarían dispuestas a consumir este producto ya que hoy en día se preocupan las madres de familia en consumir productos sanos.

Al mencionar lo anterior se determina realizar un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARNE DE OVEJA EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”**, que proporcionar un producto nutritivo con nuevas características.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICA

2.1. EMPRESA

2.1.1. Definición

Según ROMERO Ricardo, define a la empresa como: "El organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela".

Según GARCÍA Julio & CASANUEVA Cristóbal, definen la empresa como: "Una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados".

En síntesis, la empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer

necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio.

2.1.2. Pequeña Empresa

Definición

Según Promonegocios.net., Empresa, 2010 menciona: "La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad".

La pequeña empresa es una organización independiente que es creada con la finalidad de ser rentable. Tiene determinado su capacidad de acuerdo al número de personas, maquinaria y equipos que utiliza y las capacidades técnicas y financieras que manejan para la realización de las actividades a la cual está encaminada para satisfacer las demandas del mercado a la cual está dirigida.

2.1.3. Características

- Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.
- Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan; lo cual, requiere de una adecuada división de funciones y delegación de autoridad.
- Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.

- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.
- Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.

2.2. OVINOS

2.2.1. Definición

Según KOESLANG, Johan (2008) menciona: “Los ovinos son pequeños rumiantes y se distinguen de los demás animales domésticos porque producen lana. Las fibras de lana son pelos finos sin medula. Los ovinos son animales agrarios, es decir, un rebaño de ovinos se comporta como una unidad.”

El ganado lanar es bastante rústico, ya que puede soportar tanto el frío como el calor, pero no prospera en ambientes húmedos. En climas áridos puede sobrevivir y producir lana de buena calidad. Además los ovinos responden bien a una alimentación intensiva y en estas condiciones son excelentes productores de carne.

2.2.2. Tipo de animal

Existen diferencias entre los ovinos productores de carne y los productores de lana. Los primeros deben tener buena musculatura y estar bien desarrollados; su cuerpo debe tener mucha carne y relativamente poca grasa, además que no deben ser muy viejos.

2.2.3. Razas

Existen más de 50 razas de ovinos, de ellas, aproximadamente son de importancia mundial.

Estas son las principales clases más conocidas y que mayormente tienen beneficios:

- Merillo
- Rambouillet
- Corriedale
- Hampshire
- Suffolk
- Dorset
- Black Belly
- Dorper
- Katahdin
- **Pelibuey**
- Saint croix
- Romanov
- Ovinos Criollos

2.2.4. Raza Africana (Pelibuey- Criolla de pelo)

Según KOESLANG, Johan (2008) expresa: “Son animales de conformación cárnica, con buenas masas musculares, libres de lana permanente, cubiertos de pelo espeso y corto.”

El pelibuey es una raza de oveja que por lo general no cría lana, esta adaptación la hace especialmente útil en ambientes tropicales donde las ovejas con lana no sobreviven.

2.2.5. Historia

Según OSPINA, Machado (2008) menciona: “La creencia más generalizada la ubica en África y llegó a América en los barcos que transportaban esclavos al nuevo continente. Existen dos variedades,

la suda de color bayo, que entró en el país, posiblemente desde Aruba y/o Curazao y la Etíope de color rojo oscuro que proviene de Abisinia.

2.2.6. Características

La rusticidad, la fecundidad y la calidad de la carne, son tres bondades sobresalientes de especial estimación en el mundo ganadero, y esta raza de ovinos las posee en alto grado. Por ello es de suma importancia y merece la mayor atención y fomento entre nuestras especies menores. Esta oveja posee la carne más deliciosa entre todas las razas ovinas, y es la que mejores resultados ha dado en el cruzamiento con la Karakul para obtener una piel muy estimada que se ha denominado “astracán africano.

- **Color de capa**

Tostado

Rojo

Blanco

Tostado y blanco

Negro

- **Aspectos y peso**

Son bastante nerviosos

No tienen cuernos

El peso adulto del macho Y hembra son: 60-70 kg y 50-65 kg

- **Edad de Apareamiento y fertilidad**

Se puede aparear por primera vez a los 9 meses las hembras y a los 12 meses los machos, el porcentaje de fertilidad es al siguiente;

45% partos simples

44% partos dobles

11% partos triples.

a. Alimentación

El potencial de crecimiento de las ovejas al momento del destete debe ser aprovechado para reducir el tiempo requerido para alcanzar el peso al mercado de los machos o el peso adecuado de las hembras para recibir su primer servicio.

Por otra parte, es factible producir carne de ovinos en sistemas intensivos, utilizando forrajes de corte y suplementación con alimentos concentrados que utilicen en su formulación insumos regionales que sustituyan la fuente energética que proporcionan los granos, a un menor costo y sin deterioro de la calidad del alimento.

➤ Proteínas

Los pastos verdes y leguminosos son excelentes forrajes proteicos para ovinos. Cuando las praderas naturales están secas y descoloridas por el sol durante periodos prolongados, y no se tiene henos de leguminosas para alimentación en invierno, muchos ganaderos proporcionan alimentos ricos en proteínas en harinas de tortas de girasol, de lino, de algodón o de soya, 100 a 150 g por oveja o por día.

➤ Energía

Los pastos verdes los granos de cereales (cebada, avena, maíz) son alimentos eficientes para producir energía, especialmente para ovinos que están al final de la preñez, durante la lactancia, y en las etapas de crecimiento y terminación. La energía insuficiente podría causar lentitud o cese de crecimiento, pérdida de peso, fallas en la producción, aumento de la mortalidad y mayores infecciones parasitarias, a causa de que la resistencia es menor. Los alimentos o forraje

➤ **Minerales y Vitaminas**

Los minerales y vitaminas son elementos protectores y conservadores de la salud de los animales. Entre los minerales principales se pueden mencionar el sodio, el calcio, el fósforo, el potasio, el yodo, el cobre, el hierro y otros. Entre las vitaminas se encuentra las vitaminas A, D, E, B, K, C, ect.

Los minerales se encuentran en casi todos los forrajes, principalmente en pastos maduros, henos de pastos o cereales; por ejemplo el calcio se encuentra en henos de cebada y granos de cebada y de trigo; el fosforo se encuentra en la remolacha forrajera. Los pastos y los henos verdes son fuentes excelentes de casi todas las vitaminas. Estos alimentos protectores y conservadores cumplen las siguientes funciones: calcio y el fosforo ayudan en el crecimiento la deficiencia de sodio ocasiona la pérdida de peso, falta de apetito y debilidad.

b. Propiedades nutricionales de la carne de una oveja pelibuey

Según PÉREZ Christian, Natursant (2013) menciona: “La carne de oveja suele corresponderse con corderos (tanto macho como hembra) que tienen menos de 300 días de vida, los cuales pueden pesar entre 35 y 45 kilos dependiendo de su edad. Sin embargo, pasados esos 300 días de vida reciben el nombre de carneros.

Respecto a su contenido nutricional y los diferentes beneficios y propiedades que aporta la carne de cordero, como ocurre con la mayoría de las carnes destaca sobre todo por su riqueza en proteínas de alto valor biológico. En la siguiente tabla se representa los valores nutricionales”.

Cuadro 9 BENEFICIOS NUTRICIONALES

Calorías	148 kcal		
Proteínas	14,9 g		
Hidratos de carbono	Trazas		
Grasas totales	30 g		
Vitaminas		Minerales	
Vitamina B1	0,13 mg	Hierro	2,2 mg
Vitamina B2	0,18 mg	Fósforo	138 mg
Vitamina B3	4,3 mg	Potasio	345 mg
Vitamina B6	0,33 mg	Magnesio	14 mg
Vitamina E	0,6 mg	Zinc	2,3 mg
		Calcio	9 mg

Fuente: Nartusant

Elaborado por: La autora

c. Preparación de la carne

La carne de oveja es realmente exquisita, y la podemos utilizar tanto en sencillas preparaciones como en sofisticados platos. De preferencia es utilizada en parrilladas y asados.

Seguidamente se incluye la carne de pelibuey en la preparación de algunos platos fáciles de realizar. Pero antes de prepararla se la deberá dejar en jugos de naranja, naranjilla o cerveza.

➤ ESTOFADO DE CARNE DE OVEJA

Ingredientes

Carne de oveja

Pimiento

Zanahoria

Cebolla perla

Vino

Orégano

Azafrán

Salsa china

LechePreparación

- Saltear las verduras en vino.
- Saltear la carne en mantequilla y luego agregar las verduras salteadas.
- Agregue leche y deje en cocción durante 10´ o 15´ minutos.
- Luego verificar el sabor con orégano, pimienta y azafrán.
- Servir al instante, puede ser acompañada con papas fritas y ensalada.

➤ OVEJA A LA PLANCHA

Ingredientes

Carne de oveja

Aliños al natural

Preparación

- Filetear la carne de oveja
- Condimentar la carne con aliños naturales
- Poner en la plancha durante 7´ minutos- término medio, sellando por los dos lados para que conserve los jugos en el centro.
- Servir acompañado con arroz y verduras al vapor.

Además las diferentes partes de la oveja pueden prepararse de varias maneras e incluirse en varios platos.

Pierna entera: Ideal para cocinar al horno o azada. En algunos casos suele prepararse deshuesada y rellena. Podemos resaltar su sabor, marinándola antes de cocinarla en hierbas naturales.

Paleta: Se puede utilizar en guisos, al horno, en brochetas. Con hierbas, etc.

Pechito: Ideal para cazuelas con legumbres y preparaciones al horno.

Costillas: Al horno, a la parrilla, en salsa y exquisitas si son fritas. Se pueden servir acompañadas por diferentes salsas.

d. Hábitat

Según Barragán Rafael M. Comportamiento productivo de ovejas Pelibuey, 2010 explica que: “El pelibuey es una raza de pelo, altamente adaptada al clima tropical, húmedo, desértico e incluso templado, son de talla mediana, esta raza entre sus principales cualidades están su no estacionalidad, su alta adaptación a sistemas de pastoreo, presenta buena respuesta al manejo extensivo y un comportamiento excepcional en sistemas semi-intensivos.”

Esta clase de ovejas se adaptan a una variedad de temperaturas lo que les permite sobrevivir en cualquier lugar siempre y cuando exista el alimento adecuado para su sobrevivencia.

2.3. DEMOGRAFÍA

2.3.1. Población

Una población es un grupo de personas, u organismos de una especie particular, que viven en unA área geográfica, o espacio, y cuyo número se determina normalmente por un censo.

1. Población Económicamente Activa

Según www.eco-finanzas.com menciona: “La población activa de un país es la cantidad de personas que se han incorporado al mercado de trabajo, es decir, que tienen un empleo o que lo buscan”.

La población económicamente activa intervienen en los sectores antes mencionados de esta manera se genera el Producto Interno Bruto PIB o también denominado Valor Agregado, que no es otra cosa que, la suma del valor de todos los bienes y servicios finales producidos en el país o provincia, en un año.

2. Empleo

El empleo es el número total de personas con trabajo en un momento dado”.

El empleo es la concreción de una serie de tareas a cambio de una retribución pecuniaria denominada salario. En la sociedad actual, los trabajadores comercian sus capacidades en el denominado mercado laboral.

3. Desempleo

El desempleo es el ocio involuntario de una persona que desea encontrar trabajo, Situación en la que se encuentran las personas que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar y no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a una situación de paro forzoso.

2.4. GEOGRAFÍA

2.4.1. Definición

Según SANTANA, M. (2010) menciona que: “Es la ciencia que trata la descripción de la Tierra. Estudia asimismo la superficie terrestre, las sociedades que la habitan y los territorios, paisajes, lugares o regiones, que la forman al relacionarse entre sí”.

La geografía es la ciencia que permite estudiar toda el área de la tierra de un determinado sector, para de finir las características que este posee y en qué condiciones se encuentra.

2.4.2. Clima

Según ABASCALI Altuzarra, Fernando. (2009) menciona que: “El clima abarca, entre otros, los valores meteorológicos sobre temperatura, humedad, presión, viento y precipitaciones en la atmósfera. Estos valores se obtienen con la recopilación de forma sistemática y homogénea de la información meteorológica, durante períodos que se consideran suficientemente representativos”.

El clima es aquel que describe la temperatura del área, la humedad, la presión y el viento del lugar y permite evaluar las condiciones adecuadas y exactas donde se desarrollará el proyecto.

2.4.3. Altitud

Es la distancia vertical de un punto de la Tierra respecto al nivel del mar, llamada elevación sobre el nivel medio del mar, en contraste con la altura, que indica la distancia vertical existente entre dos puntos de la superficie terrestre; y el nivel de vuelo, que es la altitud según la presión estándar medida mediante un altímetro, que se encuentra a más de 20 000 pies sobre el nivel medio del mar.”

La altitud permite determinar que nivel sobre el mar se encuentra una determinada zona para identificar la presión en que se encuentra el área analizada.

2.5. ESTUDIO DE MERCADO

2.5.1. Mercado

Según GARCÍA, CH (2009) menciona: “Mercado se refiere al lugar donde compradores y vendedores se congregan para intercambiar sus mercancías.”

De acuerdo a la definición anterior se puede decir que mercado es el área donde se concentran los demandantes y oferentes para el intercambio de bienes o servicios.

1. Mercado Meta

Según PADILLA, Marcial. (2010) expresa: “Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado.”

El mercado meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar.

2. Mercado potencial

Según RIVERA, Jaime y GARCILLÁN M. (2012 pág. 71) expresan que: “El mercado potencial es el número máximo de compradores al cual se puede dirigir la oferta.”

El mercado potencial está constituido por los compradores que se encuentran mayormente interesados en la compra de un producto específico y que poseen la capacidad adquisitiva para adquirirlo.

3. Segmentos de mercados

Según Maubert, Claudio (2009) indica: “Segmentación de mercado es la división del mercado total en una serie de sub mercados de compradores o vendedores posibles”

La segmentación de mercado consiste en agrupar en sub conjuntos a los clientes de acuerdo a ciertas características con el propósito de enfocarse a cada uno de estos subconjuntos con determinadas estrategias de marketing para lograr captar su atención y vender el producto.

2.5.2. Producto

Según PRIETO, Jorge (2009 pág. 37) dice: “El producto de manera general es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para su adquisición, uso o consumo que pueda satisfacer una necesidad o deseo. Pero un producto es percibido de forma distinta por el vendedor y comprador.”

Producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye lo que el consumidor percibe en el momento de la compra

2.5.3. Demanda

Según BACA, Gabriel, (2010), expresa: “La demanda es la cantidad de bienes y servicio que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”

Se puede mencionar que la demanda es el número de bienes o servicios que un grupo determinado de personas requerirá para satisfacer sus necesidades o deseo, aprovechando los beneficios que este le ofrece, por el cual deberá pagar un precio determinado.

1. Demanda Potencial Insatisfecha

Según BACA, Gabriel (2010) menciona: “Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre el cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.”

Se puede señalar que la demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes y servicios que la población pueda consumir a futuro.

2.5.4. Oferta

Según BACA, Gabriel (2010) dice: “La oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.”

En mención a dicha cita se puede decir la oferta es la cantidad de bienes y servicios que un determinado grupos de personas pone a disposición en el mercado.

2.5.5. Precio

Según PRIETO, Jorge E. (2009) menciona que: “El precio es un elemento importante que no debe establecerse a la ligera ya que es quien da estabilidad económica a la empresa. Es el catalizador del intercambio entre compradores y vendedores. El precio es entonces, la cantidad de dinero que ésta dispuesto a pagar al comprar adquirir un producto servicio en el mercado”

El precio es la cantidad de dinero al que está dispuesto a pagar el comprador por un bien o servicio.

2.5.6. Comercialización

1. Canales de distribución

Según PRIETO, Jorge E. (2009) expresa: “El canal de distribución lo que constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí, que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales.”

Se puede señalar que los canales de distribución son los intermedios por los cuales los productos y servicios pueden llegar al consumidor final para su uso o consumo.

2. Publicidad

Según PRIETO, Jorge E. (2009) dice: “Se define como la comunicación de masas impersonales sobre las actitudes de las

personas. La publicidad ayuda a la venta personal, llega a personas de difícil acceso, conquista grupos de clientes, crea reconocimiento, mejora la imagen, penetra un mercado geográfico y sirve para introducir un nuevo producto.”

Los medios publicitarios más utilizados son: la televisión la radio, la prensa, revista, valla, cine, internet”

Se puede indicar que la publicidad es el medio de influencia por el cual es capaz de captar la atención de las personas y persuadir de manera directa o indirecta sobre su pensamiento para inducir a la compra de dicho bien o servicio.

3. Promoción

Según PRIETO, H. Jorge E. (2009) define: “Promoción es la función de marketing mix relacionada con la comunicación persuasiva hacia público objetivo que le brinda servicios tangibles al producto o servicio.”

La promoción es una comunicación persuasiva que permite que el consumidor decida comprar un establecido producto.

2.6. ESTUDIO TÉCNICO

Según CÓRDOVA, Marcial, (2010), indica que: “Determina la necesidad de capital y mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.”

Se puede señalar que el estudio técnico analiza de manera específica el requerimiento adecuado del tamaño, localización e ingeniería del proyecto para tener éxito en su ejecución.

2.6.1. Tamaño de proyecto

Según CÓRDOVA, Marcial. (2010), expresa que: “El tamaño del proyecto es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento.”

El tamaño del proyecto es aquel que evalúa el nivel de las inversiones y costos para obtener una rentabilidad durante el periodo que se mantenga activa la empresa.

1. Capacidad Instalada

Según CÓRDOVA, Marcial. (2010), señala que: “Corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la máquina, equipos e infraestructura disponible pueden generalmente.”

Haciendo un análisis del concepto se puede expresar que la capacidad instalada es el nivel de producción que posee la empresa para producir un producto o un servicio.

2.6.2. Localización del proyecto

Según CÓRDOVA, Marcial. (2010), señala que: “Es el análisis de variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo.”

Según la definición podemos decir que mediante un análisis específico puede determinar el lugar geográfico donde se desarrollará el proyecto tomando en cuenta variables externas e internas.

1. Macrolocalización del proyecto

Según CÓRDOVA, Marcial. (2010), expresa que: “La Macro localización tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones sociales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.”

La Macro localización busca precisar adecuadamente la ubicación de la implantación de proyecto dentro del área geográfica de una región, determinado y analizando aspectos sociales y nacionales.

2. Micro-localización del proyecto

Según CÓRDOVA, Marcial. (2010) indica que: “La Micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio del costo para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.”

La Micro localización es la ubicación del proyecto en un lugar determinado para lo cual tomará en cuenta ciertos aspectos determinantes como son: transporte costos del terreno, cercanías de vías materia prima y disponibilidad de servicio.

2.6.3. Ingeniería del proyecto

Según CÓRDOVA, Marcial. (2010), señala que: “Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una entidad de producto.”

De acuerdo a la definición anterior se puede decir que la ingeniería del proyecto implica determinar el proceso productivo necesario para la utilización adecuado de los recurso tecnológicos y materiales y así determinará el la inversión necesaria para la infraestructura.

1. Proceso de producción

Según CÓRDOVA, Marcial. (2010) dice: “El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación tecnológica, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación).”

El proceso productivo es la transformación de los materiales e insumos mediante la utilización de equipos tecnológicos, materiales y la fuerza de trabajo, de esta manera se obtendrá productos manufacturados listos para ser utilizados o consumidos por los clientes.

2. Flujogramas

El flujograma es una representación gráfica que permite determinar una secuencia .lógica de procesos, de esta manera se identificará las actividades necesarias y los que intervendrán en cada una de éstas y tener un trabajo equilibrado.

2.6.4. Inversión

Según CÓRDOVA, Marcial. (2010) menciona: “La inversión está comprendida por los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo.”

La inversión constituye la acción que realiza una persona o una organización de ubicar un capital en la ejecución de un proyecto con el propósito de incrementar el valor inicial de la inversión con una rentabilidad.

1. Inversión fija

La inversión fija está establecida en base a lo que se va a utilizar en la ejecución del proyecto, también conocido como capital fijo en lo que comprende lo siguiente: terrenos edificio. Maquinaria y equipo, vehículos y muebles y enseres.

2. Inversión variable

La inversión variable está representada por el capital de trabajo que va en función a la producción que realice en el primer año.

2.6.5. Capital de trabajo

Según GITMAN Lawrence. (2010) indica que: “El capital de trabajo es, en términos contables, la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Sin embargo en términos práctico, el capital de trabajo está representando el capital adicional pero distinto de la inversión en activos fijos y diferidos, que es necesario tener para que comience a funcionar la empresa.”

El capital de trabajo es necesario para comenzar las operaciones de la empresa mientras se tiene ingresos en el primer año.

2.6.6. Costos de Producción

El Costo de producción es el valor monetario que incurre en el proceso de producción para obtener un determinado bien, en este incluye lo que es mano de obra, materia prima, y mastos indirectos de fabricación.

1. Materia Prima

Según SARMIENTO, Rubén (2010) menciona: “La Materia Prima directa es considerada como el elemento básico del costo; es decir el incorporado en el producto, siendo éste en muchos casos el más importante para la transformación de un artículo determinado.”

La materia prima directa es aquella que está directamente involucrada en la elaboración de un bien o servicio. Sin esta no se obtendrá dicho producto.

2. Mano de Obra

Según SARMIENTO, Rubén (2010) menciona: “Es la fuerza de trabajo o el trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado e las máquinas que están transformando en `productos terminados, además el valor por pago de salarios se puede fácilmente determinar en dicho producto.”

Se puede señalar que la Mano de Obra está representada por la fuerza de trabajo que se incorpora en la transformación de la materia `prima y los insumos para obtener un bien o servicio.

3. Costos Indirectos de Fabricación

Según SARMIENTO, Rubén (2010) menciona: “Es considerado a todos los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción,

pero que no fueron clasificados en los elementos anteriores, es decir que no son ni Materia Prima Directa ni Mano de Obra Directa.”

En mención a dicha definición se puede recalcar que los Gastos Indirectos De Fabricación están representados por aquellos rubros que actúan de manera indirecta en la producción como están mano de obra indirecta, materia prima indirecta, depreciaciones y otros gastos

4. Gastos Administrativos

Según GUAJARDO, Gerardo & ANDRADE, Nora (2014) expresan que: “Son los necesarios para llevar el control de la operación del negocio.”

Los gastos administrativos constituyen todos aquellos costos fijos, tales como salarios de oficina, gastos de servicios públicos y materiales de oficina que son necesarios para llevar a cabo las tareas administrativas de la empresa.

5. Gastos de Ventas

Según GUAJARDO, Gerardo & ANDRADE, Nora (2014) expresan que: “Corresponden a las erogaciones directamente relacionadas con el esfuerzo de vender los bienes o brindar los servicios objeto del negocio.”

Los gastos de ventas usualmente comprenden todos los costos asociados o vinculados con las ventas de la compañía. Esto incluye salarios del personal de ventas y de ejecutivos, publicidad y gastos de viaje. En general, los gastos de ventas están en relación de las ventas de la empresa, representas a los costos variables.

2.7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

2.7.1. Presupuesto de Ingreso y de gastos

CÓRDOVA, Padilla Marcial. (2010) menciona: “El presupuesto de ingresos y gastos presenta el análisis descriptivo de los ingresos y gastos presupuestados en el tiempo, de tal forma que facilite el establecimiento de flujo de caja proyectándolo durante la vida útil del proyecto.”

Es decir el presupuesto permitirá determinar detalladamente las proyecciones de ingresos y gastos que mantendrá la empresa durante cada año.

2.7.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Según CÓRDOVA, Marcial. (2010) dice: “Mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el periodo proyectado.”

El estado de pérdidas y ganancias permite establecer la utilidad del ejercicio que se obtendrá luego de analizar los ingresos y gastos.

2.7.3. Balance Inicial

Según WARREN, Carls, REEVE, James & DUCHAC, Jonathan (2009) menciona: “Lista de los activos, pasivos y capital contable del propietario de una entidad de negocios en una fecha específica, por lo general al cierre del último día de un mes o un año.”

El balance inicial se lo elabora al iniciar las operaciones de una empresa. Aquí se detallan los saldos de los activos, pasivos y patrimonio iniciales.

2.7.4. Estado de flujo de caja

Según ZAPATA, Pedro (2008) manifiesta: “Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida gerencial en recaudar y usar el dinero así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.”

El estado de flujo de caja representa de manera concisa las actividades de operación, inversión y financiamiento de la empresa. Y muestra la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con sus proyectos de inversión y expansión”.

2.7.5. Evaluadores financieros

1. Valor Actual Neto (VAN)

Según SAPAG, Nassir (2011, pag.300) dice: “Mide es el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión.”

El valor actual neto constituye la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.

Se determina por la siguiente fórmula:

$$VAN = - \text{inversión} + \sum \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

Simbología:

FNE: flujo de caja neto proyectados

i: tasa de redescuento

n: tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

VAN: positivo, significa que existe rentabilidad.

VA: negativo, inversión no rentabilidad o no atractiva.

2. Tasa de redescuento

Según www.wikipedia.org menciona expresa que: “La tasa de descuento o tipo de descuento o costo de capital es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. Así, si A es el valor nominal esperado de una obligación con vencimiento de un lapso específico y la tasa de descuento es d y su valor actual que puede ser reconocido por una persona o entidad tomadora es B.”

La tasa de descuento de descuento se le toma en cuenta la tasa activa del banco central y las tasas de interés de riesgo país o de inflación del año en curso, esta tasa devuelve a valor preséntelos valores obtenidos en el futuro.

3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según CORDOVA Marcial, (2010 pag. 242) dice: “Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil. Es la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero”.

Es un indicador que evalúa la rentabilidad de u proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Por medio de este instrumento se devuelve la inversión durante su vida útil, para lo cual se va tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN=0.

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) \times \left[\frac{VANi}{VANi - VANs} \right]$$

Simbología:

TDi: tasa inferior de redescuento

TDs: tasa superior de redescuento

VANi: valor actual neto obtenido a la tasa de redescuento inferior

VANs: valor actual neto obtenido a la tasa de redescuento superior.

4. Relación Beneficio-Costo

Según SAPAG, Nassir (2011 pág. 307) expresa que: “La relación beneficio-costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”.

Esta técnica busca determinar la convivencia de un proyecto comparando el valor actual de los ingresos con los costos que se generan en el mismo.

Hay que considerar que cuando el VAN=0, la relación beneficio costo=1; si el VAN>0, la relación beneficio costo>1; Si el VAN es negativo, este es menor que 1.

Su fórmula es:

$$B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS} / (1+i)^n}{\sum \text{EGRESOS} / (1+i)^n}$$

5. Punto de equilibrio

Según SARMIENTO, Rubén (2010) menciona: “El punto de equilibrio es la intersección o cruce entre ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); es decir, no existe pérdida ni ganancia, los ingresos sirven para cubrir los costos; siendo necesario clasificar los costos fijos y variables para graficar en ejes de coordenadas en el eje vertical se representa los ingresos por ventas y los costos, en el eje horizontal se representa el volumen de ventas, expresado en unidades”.

El análisis del punto de equilibrio estudia entonces la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales.

6. Periodo de Recuperación de la inversión

Según HERNÁNDEZ, Abraham (2008) indica: “El periodo de recuperación de la inversión es un método que consiste en determinar el tiempo que tarda un proyecto en ser pagado”

En este aspecto se puede señalar que el periodo recuperación de la inversión es un método práctico para determinar el tiempo en que se recupera lo invertido en el proyecto y le servirá para la tomo de decisiones acertadas”.

2.8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Según HITT A. Michael, (2006) manifiesta: “La estructura organizacional es donde la empresa divide las tareas para que el trabajo sea organizado y lograr eficiencia.”

Las actividades de trabajo de la empresa deben estar divididas, organizadas y agrupadas en distintas áreas para lograr tener una mayor eficiencia en el desarrollo de operaciones de la empresa y los cuales vayan direccionados en cumplimiento de los objetivos planteados.

2.8.1. Estructura Funciona

Según DAFT, Richard (2006) afirma: “La estructura funcional es la descripción en forma ordenada de departamentos y funciones que debe ejecutar la organización basado en las habilidades y competencias.”

Los departamentos y funciones en una organización están encaminados al cumplimiento de actividades específicas basadas en habilidades y competencias con la finalidad de aportar al desarrollo general de una empresa.

2.8.2. Organigrama

Según CÓRDOVA, Marcial (2010 pág. 169) menciona: “Un organigrama es un diagrama de la organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo.”

2.8.3. Misión

KOONTZ, Wehrich (2008) manifiesta: “Misión o también conocido como propósito es la respuesta a la pregunta ¿Cuál es la razón de ser de nuestra negocio? Es decir los principales objetivos hacia donde se dirigen las actividades de la empresa.”

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) él para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas”

2.8.4. Visión

Según MIRANDA, Juan (2008)indica: “En el lenguaje dela planeación estratégica es el conjunto de ideas que identifican el estado deseado por una institución o empresa hacia el futuro.”

De acuerdo a la definición anterior, se puede expresar que la visión muestra lo que la empresa u organización desea verse en un tiempo determinado hacia el futuro, esta permitirá guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización.

2.9. IMPACTOS

Se determina que los impactos son aquellos que generan una alteración o modificación en las condiciones ambientales, sociales y económicas, provocando consecuencias negativas o positivas en la aplicación de un proyecto que se haya considerado.

IMPACTOS

Impacto Empresarial

Impacto Económico

Impacto Cultural

Impacto comercial

Impacto Educativo

Impacto Ambiental

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

El Estudio de Mercados está enfocado en determinar la población que adquirirá el producto, basándose en el análisis de ciertas variables, y por medio del cual se obtendrá la demanda para justificar la ejecución del proyecto propuesto.

El estudio está enfocado a realizar un análisis a los distintos elementos como son: a los clientes, competidores y al mercado.

El presente proyecto no cuenta con datos sobre la demanda y oferta del producto puesto que es un producto nuevo y poco conocido en la zona; para ello obtendremos información directa de los propios productores en el Cantón Mira y los puntos de vista de los consumidores que serán objeto de investigación, en este caso son todos los expendedores de carnes.

Para ello se ha establecido una estratificación del mercado en el que se tiene a: Los supermercados grandes, supermercados pequeños, tercenas y frigoríficos. La información será recabada en el caso de los productores se aplicará una pequeña entrevista y para los expendedores de carnes se les aplicará un instrumento de investigación que es la encuesta. Dichos datos serán procesados mediante la utilización de un programa estadísticos que permitirá el análisis de la información.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. Objetivo General

Elaborar un Estudio de Mercado para determinar la demanda, oferta, precios y formas de comercialización del producto.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar el producto que se comercializará en la Ciudad de Ibarra.
- Determinar la variedad de productos cárnicos que se ofertan en la Ciudad de Ibarra.
- Establecer la cantidad de carne de oveja (pelibuey) que demandarán los lugares que expenden productos cárnicos de la ciudad de Ibarra.
- Determinar los factores necesarios para fijar los precios más adecuados en beneficio mutuo de consumidor y productor.
- Identificar los medios necesarios que permitan dar una adecuada comercialización del producto.

Cuadro 10 MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo	Variable	Indicador	Fuente de Información	Técnica	Población Objeto de Estudio
Identificar el producto que se comercializará en la Ciudad de Ibarra	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Características del producto. 	Primaria Primaria	Encuesta Encuesta	Productor Expendedor
Determinar la variedad de productos cárnicos que se ofertan en la Ciudad de Ibarra.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Productores • Análisis de la competencia • Proyección de la oferta • Productos sustitutos 	Primaria Primaria Primaria Primaria	Análisis Encuesta Encuesta Encuesta	Documentos Productor Documentos Expendedor
Establecer la cantidad de carne de oveja (pelibuey) que demandarán las familias de la ciudad de Ibarra	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Expendedores de carnes de res, cerdo y ovinos • Nivel de gustos y preferencias 	Secundaria Primaria Primaria	Análisis Encuesta Encuesta	Municipio Expendedor
Determinar los factores necesarios para fijar los precios más adecuados en beneficio mutuo de consumidor y productor.	Precios	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Competencia 	Secundaria Primaria	Análisis Encuesta	Documentos Productor- Expendedor
Identificar los medios necesarios que permitan dar una adecuada comercialización del producto.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución • Estrategias de marketing • Presentación del producto 	Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta	Expendedor Expendedor Expendedor

Elaborado por: La autora

3.3. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El producto objeto de este proyecto y el cual se desea introducir en el mercado es la carne de oveja Pelibuey. La oveja pelibuey es un ovino que se introdujo desde hace algunos años atrás en el país con el propósito cambiar la tradición del consumo de cárnicos e introducir un producto nuevo que es considerado un producto cárnico de bajas calorías que posee minerales y proteínas.

3.3.1. Características de la raza Pelibuey.

Sus principales características son estar desprovisto de lana y ser rústico, lo que ha hecho más fácil su adaptación en nuestro ambiente.

Gráfico 1 OVEJA PELIBUEY



Elaborado por: La autora

Características de la raza son:

El peso al nacer es de los 2.1 a 3.4 kg. y al destete a los 60 días de edad de 14 a 20 kg, con una prolificidad de 1.75 crías por parto. Son animales de conformación cárnica, con buena masa muscular, libre de fibras de lana permanente, cubiertos de pelo espeso y corto, cabeza mediana, con orejas cortas y perfil ligeramente convexo con presencia de arrugas, presenta una

coloración más clara en algunos casos, nariz triangular con ollares alargados, puede presentar pigmentación oscura, lengua color rosado sin pigmentación oscura.

Carne de oveja pelibuey

Su carne es roja, su sabor en comparado entre las carnes de res y porcina, esto permite que la carne sea utilizada para la preparación de varios platos gastronómicos como también asados, dando así una mayor ventaja competitiva a diferencia de los otros productos cárnicos.

Gráfico 2 CARNE DE PELIBUEY



Elaborado por: La autora

3.4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El estudio del producto que la pequeña empresa desea comercializar está dirigido a lugares que expenden productos cárnicos, ya que estos serán los que adquieran mi producto para hacerles llegar al consumidor final. De esta manera se especifica la segmentación de mercado:

3.4.1. Población

Para efectos del estudio de mercado de dicho proyecto se realizará el análisis de la siguiente población

Para la comercialización del producto se toma la estratificación de expendedores de productos cárnicos de la Ciudad de Ibarra. Existen en la ciudad 91 lugares que expenden estos productos cárnicos, entre los cuales tenemos supermercados, tercenas y puestos dentro de los mercados Amazonas y Santo Domingo. Además, Ibarra es considerada una de las terceras ciudades a nivel nacional que posee la mayor concentración de habitantes y consumen carnes de pollo, res, porcino y ovino.

3.4.2. Mercado meta

Para el estudio se toma en cuenta la estratificación de los lugares que comercializan productos cárnicos, pero solo aquellos que venden carne de res, porcina y ovina.

Cuadro 11 EXPENDEDORES DE CÁRNICOS

EXPENDEDORES DE CÁRNICOS	Número
Supermercados	3
Tercenas	37
Frigoríficos	9
Mercado Amazonas	35
Mercado Santo Domingo	7
TOTAL	91

Fuente: Municipio de Ibarra
Elaborado: La autora

3.4.3. Fuentes de Información

La información de carácter primario se la obtuvo utilizando:

- **Encuesta:** la encuesta se realizará a los expendedores de carnes porcinas, de res y ovinos. Para ello se tomará la población de 91 establecimientos de expendedores de carnes. La encuesta se la realizará a toda la población porque cuenta con un número inferior a cien.

- **Entrevista:** este instrumento se lo aplicará los productores de ovejas pelibuey para conocer el proceso de producción.

- **Información secundaria:** ésta se obtiene mediante el análisis de libros, revista, tesis y ciertos artículos publicados en la página web.

3.5. INSTRUMENTO N°1

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EXPENDEDORES DE PRODUCTOS CÁRNICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA.

1. ¿Qué clases de productos cárnicos comercializa con mayor frecuencia?

Cuadro 12 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS CON MAYOR FRECUENCIA

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pollo	9	10%
Res	50	55%
Porcino	25	27%
Ovino	7	8%
Otras	0	0%
TOTAL	91	100%

Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

Gráfico 3 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS CON MAYOR FRECUENCIA



Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Los resultados obtenidos dentro de las encuestas aplicados a expendedores de carnes, demuestran que el producto que con mayor frecuencia se vende es la carne de res y porcina ya que existe un gran número de tercenas que solo comercializan únicamente carnes de este tipo, además de conocer que la carne de pollo es el principal producto que se incluye en los platos diarios de los hogares y restaurantes. La carne de ovino tiene una menor proporción de consumo ya que es poco conocida en el mercado y se conoce poco su preparación.

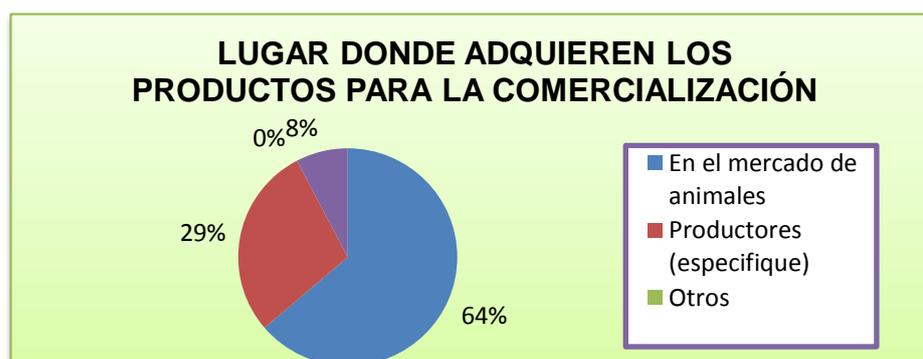
2. ¿En dónde adquiere sus productos?

Cuadro 13 LUGAR DONDE ADQUIEREN LOS PRODUCTOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN

Variables	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En el mercado de animales	58	64%
Productores (especifique)	26	29%
Otros	0	0%
Intermediarios	7	8%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

Gráfico 4 LUGAR DONDE ADQUIEREN LOS PRODUCTOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

La mayor parte de los encuestados supieron mencionar que el producto cárnico para comercializar lo adquieren en el mercado de animales para luego faenarlo en el camal. Otra parte lo adquieren directamente a los productores ya que les permite asegurarse de la calidad del producto que están adquiriendo.

3. ¿Qué toman en cuenta sus clientes para adquirir estos productos cárnicos?

Cuadro 14 VARIABLES PARA ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS

Variables	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Los beneficios nutricionales	8	9%
Facilidad de preparación	17	19%
Gustos y preferencias	2	2%
El precio	22	24%
La calidad	42	46%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

Gráfico 5 VARIABLES PARA ADQUIRIR PRODUCTOS CÁRNICOS



Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Por medio de las encuestas, se puede determinar que los clientes lo que mayormente les interesa es adquirir un producto que les brinde beneficios nutricionales ya que ahora se preocupan de cuidar su salud y de sus familias. Sin embargo, en proporciones iguales indican que también adquieren los productos cárnicos por la facilidad de preparación y toman en cuenta el precio. Lo que permite establecer que las personas tienen tendencia a la compra de productos que sean saludables, que puedan ser preparados en casa y de un precio moderado al alcance de su economía.

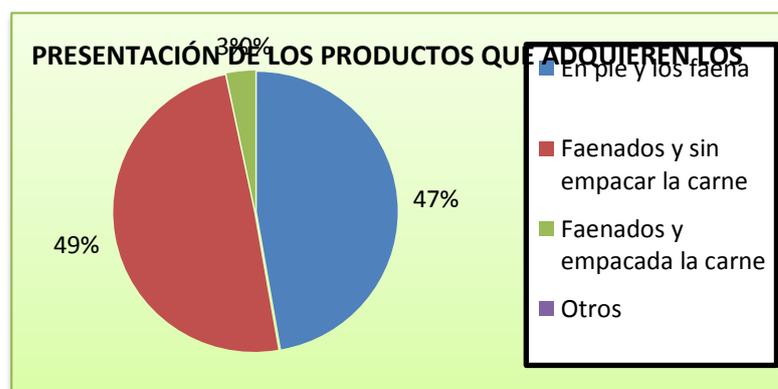
4. ¿Los diferentes productos que comercializa de qué manera los adquiere?

Cuadro 15 PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS QUE ADQUIEREN LOS EXPENDEDORES

Variables	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En pie y los faena	43	47%
Faenados y sin empacar la carne	45	49%
Faenados y empacada la carne	3	3%
Otros	0	0%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

Gráfico 6 PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS QUE ADQUIEREN LOS EXPENDEDORES



Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Según el gráfico que se observa anteriormente, muestra que los expendedores de carnes adquieren los productos en pie y los faenan en el camal lo que les permite tener constancia de la calidad del producto que va a salir a la venta, otros en cambio por la facilidad que les brindan prefieren comprarlo ya faenado, ellos se encargan de realizar los cortes y venderlo ya sea empacado o pesado en libras.

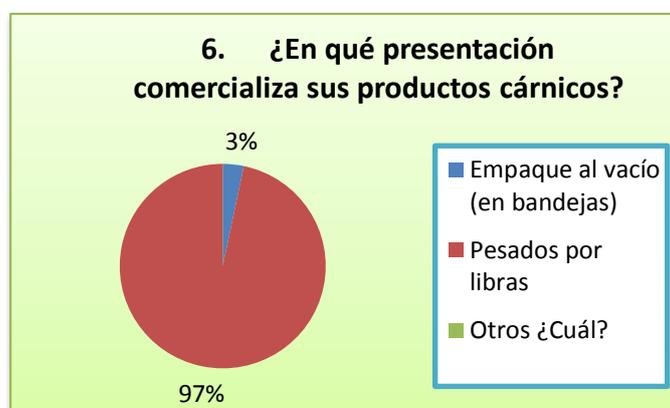
5. ¿En qué presentación comercializa sus productos cárnicos?

Cuadro 16 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Variables	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empaque al vacío (en bandejas)	3	3%
Pesados por libras	88	97%
Otros ¿Cuál?	0	0%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

Gráfico 7 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Los resultados muestran que la mayor todos los puestos de carnes y tercenas realizan la venta de las carnes pesado por libras, de esta manera dan facilidad de elección de compra al cliente. Únicamente los supermercados venden el producto empacado, lo que les permite tener una mejor presentación del producto y garantizando la calidad del mismo.

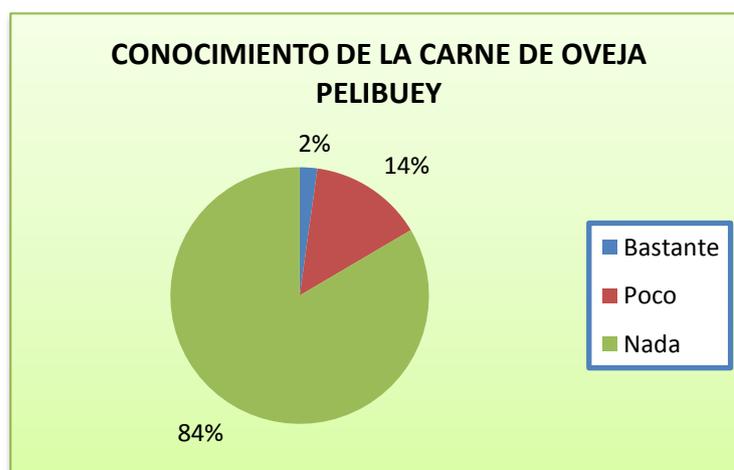
6. ¿Conoce Ud. la carne de oveja (pelibuey)?

Cuadro 17 CONOCIMIENTO DE LA CARNE DE OVEJA PELIBUEY

Variabes	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bastante	2	2%
Poco	13	14%
Nada	76	84%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

Gráfico 8 CONOCIMIENTO DE LA CARNE DE OVEJA PELIBUEY



Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

El cuadro anterior muestra que la mayor parte de los expendedores de carne no tienen conocimiento de la oveja pelibuey ya que es una raza que recientemente ha ingresado al país, pero sin embargo en otros países latinoamericanos ya se encontraba desde hace algunos años atrás. Son pocas personas que conocen del producto anteriormente nombrado ya que ellos son quienes se encargan de producirlo y comercializarlo.

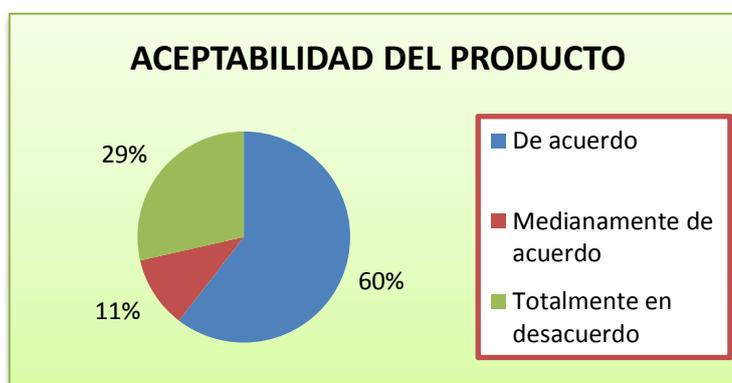
7. ¿Le gustaría agregar la carne de oveja (pelibuey) a la línea de productos cárnicos que usted comercializa?

Cuadro 18 ACEPTABILIDAD DEL PRODUCTO

Variables	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De acuerdo	55	60%
Medianamente de acuerdo	10	11%
Totalmente en desacuerdo	26	29%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

Gráfico 9 ACEPTABILIDAD DEL PRODUCTO



Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Según los encuestados, más de la mitad estaría de acuerdo en comercializar la carne de oveja pelibuey pero siempre y cuando la población conozca sobre este producto y sus propiedades nutricionales, más de una cuarta parte no están dispuestos a comercializar este producto y una décima parte no están tan seguros de querer comercializar este producto.

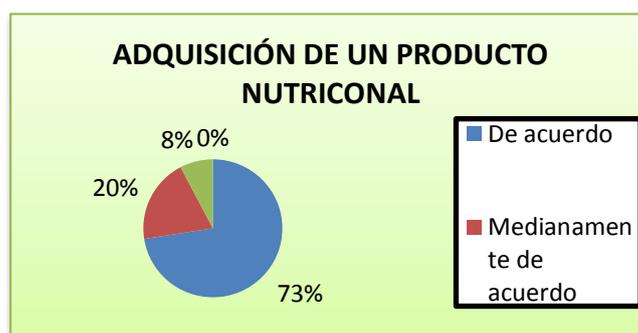
8. ¿Le gustaría comercializar un producto que tenga beneficios nutricionales satisfaciendo las necesidades del cliente?

Cuadro 19 ADQUISICIÓN DE UN PRODUCTO NUTRICIONAL

Variables	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De acuerdo	66	73%
Medianamente de acuerdo	18	20%
Medianamente en desacuerdo	7	8%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

Gráfico 10 ADQUISICIÓN DE UN PRODUCTO NUTRICIONAL



Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Los resultados obtenidos demuestran que es muy acertado ofrecer un producto que brinde propiedades nutritivas, ya que las personas se inclinan mayormente por consumir esta clase de productos tratando de cuidar la salud de sus familias.

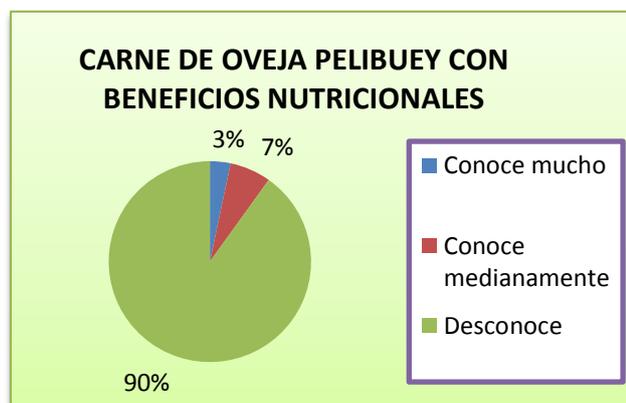
9. ¿Sabía Ud. que la carne de oveja (pelibuey) es considerada un producto cárnico de bajas calorías y rico en proteínas y minerales?

Cuadro 20 CARNE DE OVEJA PELIBUEY CON BENEFICIOS NUTRICIONALES

Variables	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Conoce mucho	3	3%
Conoce medianamente	6	7%
Desconoce	82	90%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

Gráfico 11 CARNE DE OVEJA PELIBUEY CON BENEFICIOS NUTRICIONALES



Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

La mayor parte de los encuestados aludieron que no conocían sobre las propiedades de la oveja pelibuey ya que es un ovino poco conocido en el sector de Imbabura. Aquello permite determinar que se debería establecer una estrategia que influya en los clientes indicando todo acerca de éste para el consumo.

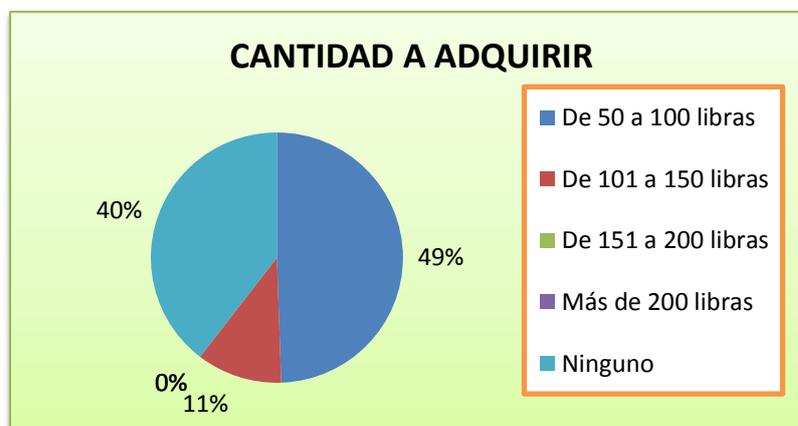
10. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar semanalmente?

Cuadro 21 CANTIDAD A ADQUIRIR

Variables	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 50 a 100 libras	45	49%
De 101 a 150 libras	10	11%
De 151 a 200 libras	0	0%
Más de 200 libras	0	0%
Ninguno	36	40%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

Gráfico 12 CANTIDAD A ADQUIRIR



Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

La mitad de los encuestados están dispuestos a adquirir entre 50 y 100 libras en la semana, más de la cuarta parte no van a adquirir el producto, y más de una décima parte de los encuestados dijeron que estarían dispuestos a adquirir entre 101 y 150 libras por semana.

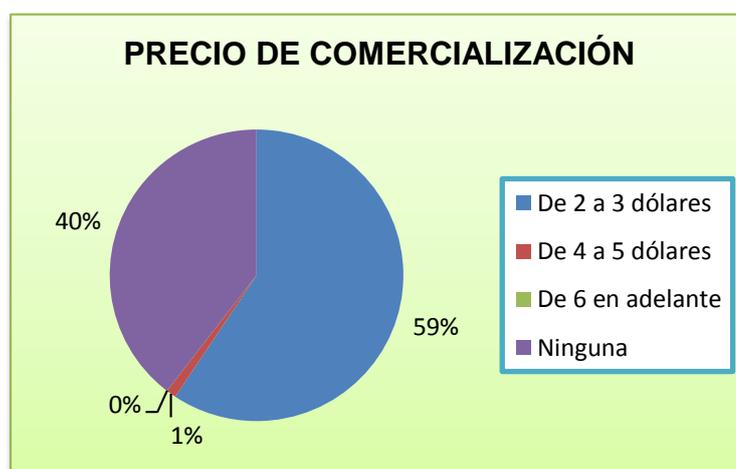
11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la libra de carne de oveja (pelibuey)?

Cuadro 22 PRECIO DE COMERCIALIZACIÓN

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 2 a 3 dólares	54	59%
De 4 a 5 dólares	1	1%
De 6 en adelante	0	0%
Ninguna	36	40%
Total	91	100%

Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

Gráfico 13 PRECIO DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Encuesta 2013
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Los resultados demuestran que es necesario establecer un precio adecuado para los clientes, ya que ellos lo que más desean el producto a adquirir tenga un costo módico de acuerdo al alcance de su economía.

Esta entrevista fue realizada al Sr. Francisco Palma quien posee un gran número de ovejas pelibueyes y que tiene mayor experiencia en el proceso de producción de estas.

3.6. INSTRUMENTO N°2

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE OVEJAS DE RAZA AFRICANA (PELIBUEY).

El objetivo de esta entrevista es conocer el proceso de producción de la oveja pelibuey.

1. ¿De qué lugar traen las crías de las ovejas africanas?

Las ovejas pelibuey fueron introducidas hace aproximadamente cinco años en el país por medio de la implementación de un proyecto. De esta manera se los productores de la zona, mencionaron que las ovejas fueron importadas desde el Perú. Pero hoy en día dicen que existen productores grandes de estas ovejas y se encuentran en la ciudad de Quito.

2. ¿Cuál es costo que tiene cada oveja que sale a la venta?

Supo mencionar que las ovejas a aproximadamente de un peso de 90 libras puede costar entre 90 y 110 dólares aproximadamente.

3. ¿A qué climas se adaptan las ovejas?

Las ovejas son de fácil adaptabilidad puesto que cuentan con pelo corto, y hasta pueden adaptarse a climas altos y bajos. Pero donde mayor tiene adaptación es en las partes templadas.

4. ¿Cuántas ovejas produce por hectárea de terreno?

El entrevistado menciona que en si no conocen exactamente cuántas ovejas pueden criarse por hectárea ya que la cantidad que producen es mínima. Pero consideran que puede ser entre unas 50 ovejas por hectárea ya que su capacidad de consumo es poco y se les ayuda con sus nutrientes a través de forraje y minerales.

5. ¿Cuál es el alimento adecuado para las ovejas africanas?

Las ovejas pelibuey consumen pastos que se produce en el lugar y los rastrojos, también se les da forraje preparado a base de alfalfa y trigos secos.

6. ¿Qué edad debe tener la oveja para que pueda ser faenada?

Los entrevistados mencionaron que las ovejas pueden estar para su consumo a la edad de seis meses, pero manteniendo una alimentación estricta para su engorde.

7. ¿En qué lugar comercializan las ovejas africanas?

Los agricultores del lugar supieron mencionar que las ovejas están siendo compradas por la Empresa PRONACA, pero desde hace dos años ya no se los entrega a esta empresa ya que el traslado de las ovejas vivas ocasiona lesiones en el cuerpo de estas y la carne ya no se la obtiene con localidad que se esperaría. Por eso ahora solo las comercializan en el mercado de animales de la Ciudad de Ibarra,

8. ¿Qué tipo de mano de obra utiliza en el proceso productivo?

Se supo conocer que la mano de obra en parte debe ser calificada pero como no muchos conocen d este proceso de producción de las ovejas, se

tuvo la necesidad que acudir a capacitaciones sobre el tema de crianza de ovejas. Pero para esto se debe tener conocimiento en el manejo de alimentación y también conocer sobre la comercialización.

3.7. IDENTIFICACIÓN DE DEMANDA

3.7.1. Análisis de la demanda

En primera instancia la demanda estará definida de acuerdo a que hoy en día las familias a más de preferir un producto por el gusto, por el precio y por la facilidad de preparación, también hoy en día las personas adquieren productos que les proporcionen propiedades nutricionales.

3.7.2. Demanda actual

Según información recopilada en la aplicación de los instrumentos, se determina que aproximadamente el 60% de los establecimientos estarían dispuestos a adquirir el producto, que corresponde a 55 lugares, de los cuales 45 adquirirán entre 50 y 100 libras en la semana y 10 establecimientos están dispuestos a adquirir entre 101 y 150 libras en la semana.

Cuadro 23 DEMANDA ACTUAL

Detalle	Nº De Lugares	Libras Que Comprarán	Demanda Semanal	Demanda Mensual	Demanda Anual
TERCENAS	22	75	1.650	6.600	79.200
	8	125	1000	4.000	48.000
PUESTOS DE CARNE	23	75	1.725	6.900	82.800
	2	125	127	508	6.096
TOTAL	55		4.502	18.008	216.096

Fuente: Encuesta a comercializadores de cárnicos
Elaborado por: La autora

Para la comercialización del producto se la realizará en libras puesto que la mayor parte de los encuestados comercializan el producto en esta presentación.

La demanda para el año 2013 es de 216.096 libras de carne de oveja pelibuey.

3.7.3. Proyección de la demanda

La demanda se proyectará de acuerdo a la fórmula de base exponencial, para ello se tomará en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Ibarra que es de 2.02% según datos del INEC, porque el consumo depende del crecimiento poblacional.

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

Dónde:

Q_n = Demanda Futura

Q_0 = Demanda Inicial

i = Tasa de crecimiento anual promedio (2,02%)

n = año proyectado

$$Q_{n_1} = 216.096 \text{ libras}(1 + 0,0202)^1$$

$$Q_{n_1} = 216.096 \text{ libras}(1 + 0,0202)$$

$$Q_{n_1} = 220.461 \text{ libras}$$

Cuadro 24 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Año	Proyección
2014	220.461
2015	224.914
2016	229.458
2017	234.093
2018	238.821

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: La Autora

3.8. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

Para realizar el análisis de la oferta, es necesario tomar en cuenta todos aquellos productores que poseen ovejas pelibuey y que además son ofertados en los mercados para ser faenados. De tal manera que se hizo una investigación en CODENOR, empresa que se dedica al desarrollo de proyectos relacionados a la producción de carnes ubicada en la ciudad de Ibarra. Esta entidad cuenta con un registro de las ovejas pelibuey o de raza africana pero en el registro no se especifica en qué lugares podemos encontrarlas o a quienes pertenecen. Únicamente existen datos generalizados para el año 2013.

OFERTA ACTUAL DEL PRODUCTO

Cuadro 25 OFERTA DE OVEJAS PELIBUEY

Año	Cantidad
2013	1 569

Fuente: CODENOR
Elaborado por: La autora

3.8.1. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se tomó en cuenta la tasa de crecimiento del PIB que es de un 5,01%, ya que este porcentaje representa la producción nacional de los productos a nivel nacional y en los cuales también ingresa los productos cárnicos. Para el cálculo de la proyección de la oferta se utiliza la siguiente fórmula:

$$Op = Oo(1 + i)^n$$

Dónde:

Op= Oferta Futura

Qo= Oferta Inicial

i= Tasa de crecimiento anual promedio (5,01%)

n= año proyectado

Se sustituye en la fórmula los datos proporcionados:

$$Op = 1\ 569(1+0.0501)^1$$

$$Op = 1.648 \text{ ovejas}$$

El promedio del peso promedio de las ovejas pelibuey oscila entre los 40 kg para las hembras y 47 kg para los machos, dando un promedio de 44 Kg por oveja, pero cada oveja únicamente posee el 70% de rendimiento de carne. De esta manera se especifica en el siguiente cuadro.

Cuadro 26 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Año	Oferta	Total peso (88 libras)	Total de carne (70% de rendimiento)
2014	1.648	145.024	101.517
2015	1.730	152.240	106.568
2016	1.817	159.896	111.927
2017	1.908	167.904	117.533
2018	2.003	176.264	123.385

Fuente: Investigación directa
Elaborado Por: La autora

Cuadro 27 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Año	Carne en libras
2014	101.517
2015	106.568
2016	111.927
2017	117.533
2018	123.385

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado Por: La autora

3.9. DEMANDA POR SATISFACER

Cuadro 28 DEMANDA POR SATISFACER

ANÁLISIS DE LA DEMANDA POR SATISFACER			
AÑO	Demanda Libras	Oferta Libras	Demanda por Satisfacer Libras
2014	220.461	101.517	118.944
2015	224.914	106.568	118.346
2016	229.458	111.927	117.531
2017	234.093	117.533	116.560
2018	238.821	123.385	115.436

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La autora

3.10. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO

Una vez realizado el análisis respectivo para la determinación del precio de la libra de carne de oveja pelibuey para el año 2013, se determina que el promedio del precio sería de \$2,50, ya que según los resultados de la encuesta mostraron que el 59% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir el producto a un valor promedio entre los \$2 y \$3, pero además se debe considerar el precio en el que se oferta esta clase de carne en el mercado, de tal manera que mediante un análisis que se realiza a los ofertantes mencionan que la libra de carne se vende a tres dólares, por lo tanto se decide que el precio de venta será de 3 dólares ya que no se puede ofertar menor que la competencia y de igual manera no se ofertarán a precios más altos.

La referencia que se ha establecido para el precio está determinado en base al costo de producción, de acuerdo al precio de la competencia para los productos sustitutos y el precio que los consumidores estarían en la capacidad para adquirir dicho producto, considerando un margen de

utilidad que permita que la pequeña empresa siga produciendo y sea capaz de cubrir las obligaciones y cumplir con sus expectativas planeadas.

La proyección del precio se lo realizará tomando la tasa de inflación del precio al consumidor que es de 4,16% para el año 2013. Se utiliza la fórmula del monto: $M = C (1+i)^n$

Cuadro 29 PRECIO DE VENTA PROYECTA

Año	Inflación Anual %	Incremento Del Precio	Precio Proyectado
2014	4,16	0,12	3,12
2015	4,16	0,13	3,25
2016	4,16	0,14	3,39
2017	4,16	0,14	3,53
2018	4,16	0,15	3,68

Fuente: Encuesta realizada a comercializadores y Productores
Elaborado por: La autora

3.11. COMERCIALIZACIÓN

La comercialización se la realizará mediante el análisis de las cuatro variables de comercialización en las que se establecerán estrategias de venta competitivas. Estas estrategias estarán dirigidas para el consumidor final ya que este es quien genera el rol de la debe conocer y tener la aceptabilidad del producto y así pueden los vendedores comprar el producto.

3.11.1. Producto

El producto que se comercialice, únicamente será faenado y entregado ya sea en partes o entero y será entregado a supermercados, tercenas, frigoríficos y puestos que estén dispuestos a adquirir el producto.

- Proporcionar beneficios nutricionales a la carne mediante una alimentación adecuada y equilibrada.
- Determinar y dar a conocer las características nutricionales que posee el producto.

3.11.2. Precio

- Establecer precios razonables mediante la estructuración de costos y establecer un margen de utilidad para tener un precio de venta final.
- Ofrecer precios competitivos dejando una utilidad a quienes comercializan el producto y que sea accesible al consumidor.
- Revisar continuamente los precios para reajustarse a los cambios del mercado

3.11.3. Promoción

- Dar seguridad en calidad del producto mediante la utilización de un registro sanitario.
- Elaborar un recetario de la preparación de platos gastronómicos con la carne de pelibuey
- Realizar publicidad en una de las radios que tiene mayor rating.

3.11.4. Canales de Distribución

- Los canales de distribución son los supermercados, tercenas, frigoríficos y puestos que venden productos cárnicos en los mercados de la ciudad de Ibarra.

- En la distribución será necesario hacer uso de un vehículo que posea congelador para que lleve el producto a cada uno de los expendedores de carnes, se utilizará un estricto control de calidad.

3.12. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Luego de haber analizado todas las variables del estudio de mercado, describimos algunos hallazgos que hemos encontrado.

- Las familias de la ciudad de Ibarra consumen carne de animales ovinos ya que le consideran un producto nutricional, además el producto tiene aceptación en el mercado.
- Existe demanda de carne de oveja pelibuey, lo que significa que existe una oportunidad de mercado para comercializar este producto utilizando como oportunidad la calidad del producto y los beneficios nutricionales.
- En la ciudad de Ibarra no existen productores que se dediquen al cien por ciento a la producción y comercialización de ovejas de pelibuey.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. PRESENTACIÓN

El estudio técnico establece determinar varios aspectos como son la localización y ubicación óptica del proyecto tomando en cuenta los recursos disponibles, el entorno, garantizando la protección, los requerimientos específicos para la instalación de la planta como son la maquinaria, el equipo y la utilización de mano de obra para la operación de las actividades de la empresa que en este caso será necesario para la crianza de ovejas pelibuey.

El estudio de cada uno de estos componentes permitirá determinar los procesos necesarios que intervendrán en la producción, los costos requeridos, las cifras de producción proyectadas y el análisis económico el cual determinará la factibilidad del proyecto.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. Objetivo General

- Realizar un Estudio Técnico para determinar el tamaño, la localización, procesos productivos, inversiones y el talento humano.

4.2.2. Objetivos Específico

- Determinar la localización en donde se ejecutará el proyecto.
- Realizar la distribución de la planta técnicamente con la utilización de planos y flujogramas de procesos.

- Determinar el equipamiento que será utilizado en la ejecución del proyecto.

4.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto por ser una pequeña empresa de producción y comercialización de carne de oveja pelibuey, se tendrá que establecer dos lugares, el uno para la crianza de la oveja pelibuey y otro lugar donde se preparará y se mantendrá la carne para comercializarla faenada o empacada.

4.3.1. Macro localización

- **Región**

Se situará en la región Norte del País

- **Provincia**

La pequeña empresa se ubicará en la provincia del Carchi, al norte del país. Limita al norte con Colombia, al sur con Imbabura, al Oeste con Esmeraldas y al Este con Sucumbíos.

Gráfico 14 MAPA DE UBICACIÓN



Fuente: Internet

Elaborado por: La autora

➤ Cantón

Se ubicará en el cantón Mira, que se encuentra al límite la provincia de Imbabura, con la provincia de Esmeraldas y el cantón Bolívar.

Gráfico 15 UBICACIÓN CANTÓN MIRA



Fuente: GAD de Mira
Elaborado por: La autora

4.3.2. Micro Localización

➤ Parroquia

La empresa estará ubicada en la parroquia de Mira, cabecera cantonal.

➤ Dirección

En primera instancia la pequeña empresa manejará dos áreas en diferentes lugares:

- En la ciudad de Mira se ubicará el área administrativa y de operación donde se maneja la preparación de la carne para ser distribuida a los distintos lugares en donde se expenderá la carne de oveja pelibuey. Éste está ubicado en la calle Narchín y Mira y Pana americana Norte.

- Para la producción de la oveja se ha determinado una extensión de terreno de cinco hectáreas, que están ubicadas a dos kilómetros de distancia de la ciudad de Mira. Este sector se llama El Dulce, tiene una vía de acceso de segundo orden y tiene un tiempo de distancia de 10 minutos.

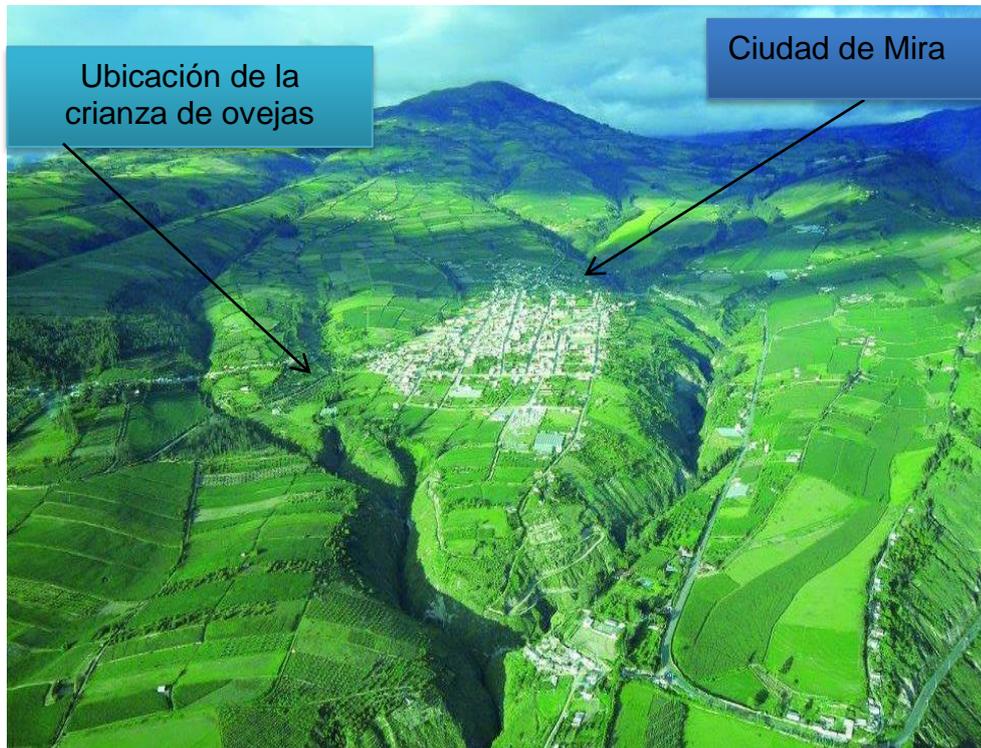
1. Croquis para llegar a la pequeña empresa

Gráfico 16 CROQUIS DE LA EMPRESA DEL ÁREA ADMINISTRATIVA



Elaborado por: La autora

Gráfico 17 CROQUIS DE LA EMPRESA DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE OVEJAS PELIBUEY



Fuente: GAD de Mira
Elaborado por: La autora

La pequeña empresa está ubicada en la ciudad de Mira, ya que se dispone del espacio físico e infraestructura adecuada para realizar las actividades de producción. Además el clima que posee es templado, el cual permite la crianza adecuada de las ovejas pelibuey y se puede encontrar el alimento diario de este animal para su debido desarrollo. De esta manera obtener carne de calidad.

➤ **Vías de acceso**

A la ciudad de Mira se llega tomando la Panamericana Norte del País, tomando un desvío pasado el control de policía, ésta es una vía de primer orden. En la ciudad, la empresa se ubicará en las calles en las calles Narchín y Mira y panamericana Norte.

➤ **Transporte**

Para llegar a la ciudad de Mira existen dos unidades: la Transportes Mira y Transporte Espejo. Las dos unidades las puede tomar en el terminal terrestre de la ciudad de Ibarra.

Además ahora la ciudad cuenta con una cooperativa de taxis y una cooperativa de camionetas las cuales realizan el servicio de transporte.

➤ **Servicios básicos**

Casi en una 95% de la población de Mira disponen de redes de Agua potable, Energía eléctrica, teléfono y conjuntamente posee internet para los hogares.

4.4. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto de la nueva unidad productiva es muy importante determinarla para el diseño de la planta, en los cuales influyen algunos factores como está la demanda, la disponibilidad de espacio físico, mano de obra, materia prima, entre otros.

De acuerdo a esto tenemos los siguientes:

- Mercado
- Capacidad de Producción
- Disponibilidad de la materia prima.
- Disponibilidad de mano de obra
- Disponibilidad de servicios básicos

4.4.1. Mercado

El presente proyecto tiene como finalidad fundamental la producción de carne de oveja pelibuey cumpliendo con los estándares de calidad para la satisfacción de los clientes ya que es un producto cárnico que contiene propiedades nutricionales. La comercialización se la realizará a las familias de la ciudad de Ibarra

4.4.2. Capacidad de producción

La capacidad del proyecto estará definida por la disponibilidad de la mano de obra que elaborará en la pequeña empresa y especialmente la que se utilizará en la crianza de las ovejas y el equipamiento a utilizarse, de ahí que el proyecto tiene una demanda insatisfecha de 118.944 libras de carne de oveja pelibuey en el año 2014, de esta se cubrirá únicamente el 22%, que corresponde a 26.168 libras, de los cuales en el primer año utilizará el 60% de su capacidad que corresponde a 15.701 libras, con un crecimiento conservador anual del 10%, hasta cubrir el 100% de su capacidad instalada.

Cuadro 30 CUADRO DE CAPACIDAD PRODUCTIVA

Año	Capacidad Instalada Libras	Capacidad a Producir	Capacidad Utilizada Libras
2014	26.168	60%	15.701
2015	26.168	70%	18.318
2016	26.168	80%	20.934
2017	26.168	90%	23.551
2018	26.168	100%	26.168

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

4.4.3. Disponibilidad de materia prima

La Materia prima estará constituida esencialmente de las ovejas crías que se obtiene del proceso de apegue y gestación, aproximadamente las ovejas llegarían a tener una valor de 10 dólares por cabeza al momento de su nacimiento, luego estará también constituida como materia prima el alimento diario que se les dará para su desarrollo, que es el forraje que se les proporcionará cada dos días en proporciones de 1,5 libras; y el pasto que se lo sembrará en una vez en el año ya que se cuenta con tierras que crean naturalmente hierbas las cuales pueden servir de alimento para las ovejas pelibuey. Además se ha determinado un cierto porcentaje de fertilizantes y vacunas para mantener saludables a las ovejas.

4.4.4. Disponibilidad de Mano de obra

Utilización de mano de obra será necesaria en la producción para el manejo de las ovejas y el mantenimiento de las adecuaciones del lugar donde se desarrollarán y además será necesaria la utilización de mano de obra para la preparación y comercialización de la carne de oveja pelibuey.

4.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.5.1. Disponibilidad o programa de producción

La pequeña empresa tendrá condiciones de operar al máximo de su capacidad de producción, es decir, no poseerá restricciones de tipo técnico y humano para aprovechar la capacidad de la planta.

4.5.2. Distribución de la planta

La empresa poseerá dos áreas:

El área 1 estará distribuida para la producción de las ovejas. Esta área requiere de un espacio amplio para realizar la construcción de los establos que sirven de acogimiento de las ovejas y otra parte para realizar el pastoreo. El lugar donde se ubicará en las afueras de la ciudad como está representado en la ubicación geográfica del área.

El área administrativa y parte del procesamiento de la carne se la realizará en la planta de la ciudad para facilitar su comercialización.

Cuadro 31 ÁREAS DE LA PLANTA

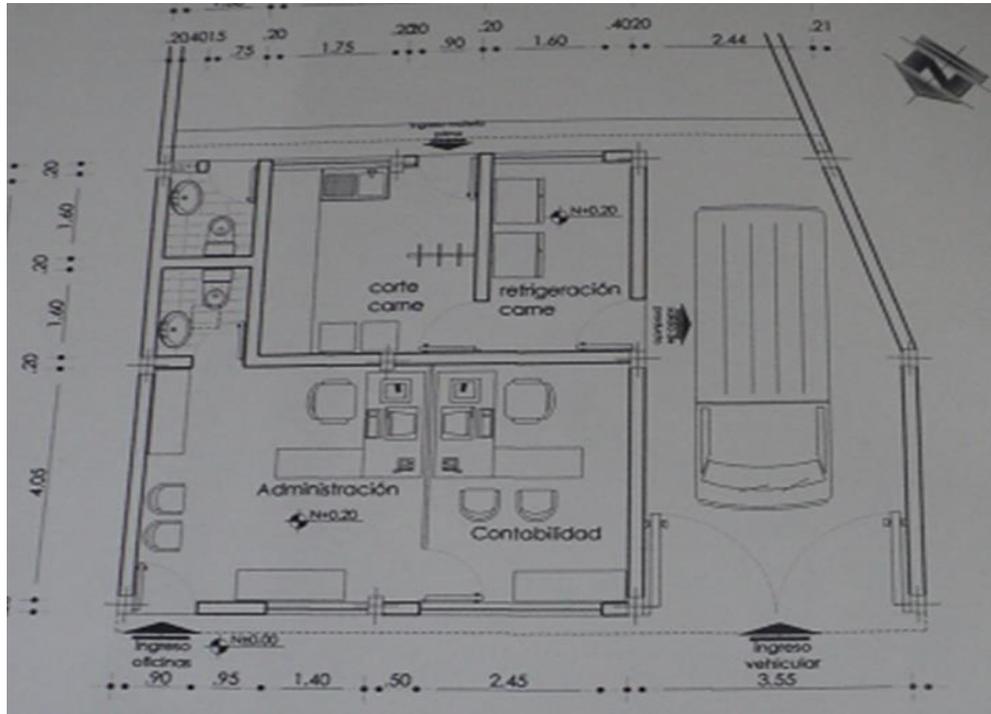
SECCIONES	m²
<u>Área Administrativa</u>	
Administración	8
Área de Congelamiento	3
Área de Corte	3,5
Baño	1,3
Garage	3
Total Área	18,8
<u>Área de Producción</u>	
Producción de pasto	3 Ha
Corrales para ovejas con cría	50 m ²
Ovejas de engorde de 4 y5 meses de edad	10 m ²
Ovejas de engorde de 6 hasta 8 meses	10m ²
Ovejas Reproductoras	15 m ²
Sementales	10 m ²
Comederos	50 m
Bebederos	10 m
Vivienda	10 m ²
Total área	3.165 m²

Fuente: Arquitecta

Elaborado por: La Autora

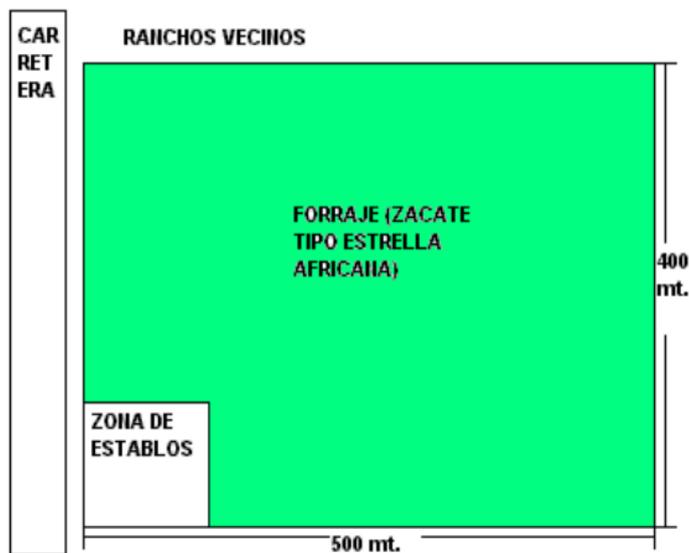
4.5.3. Diseño de la planta

Gráfico 18 DISEÑO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA



Elaborado por: Arq. Sandra Quilumba

Gráfico 19 DISEÑO DE LA GRANJA



Elaborado por: Arq. Sandra Quilumba

4.5.4. Requerimiento de Personal

El talento humano para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva será la que se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro 32 REQUERIMIENTO DE PERSONAL

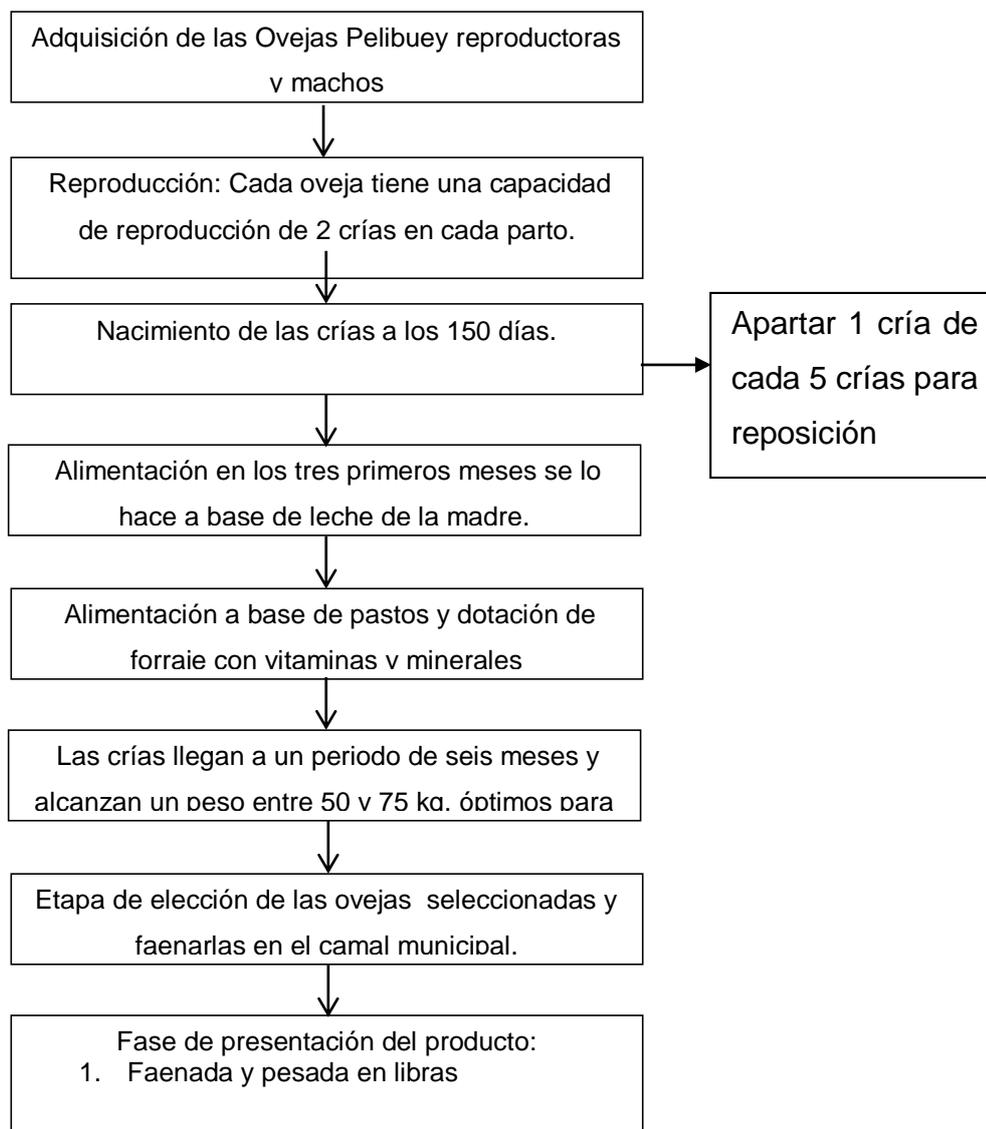
Detalle	Cantidad	Valor
Personal Administrativo		
Gerente	1	400
Contadora	1	350
Personal Operativo		
Técnico Producción Ovina	1	500
Trabajador 1 Cuidador	1	318
Trabajador 2 Cuidador	1	318
Personal de Ventas		
Distribuidor	1	318
TOTAL		2.202

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.5.5. Proceso de Producción

1. Diagrama de Bloque del proceso de producción de la carne de oveja pelibuey

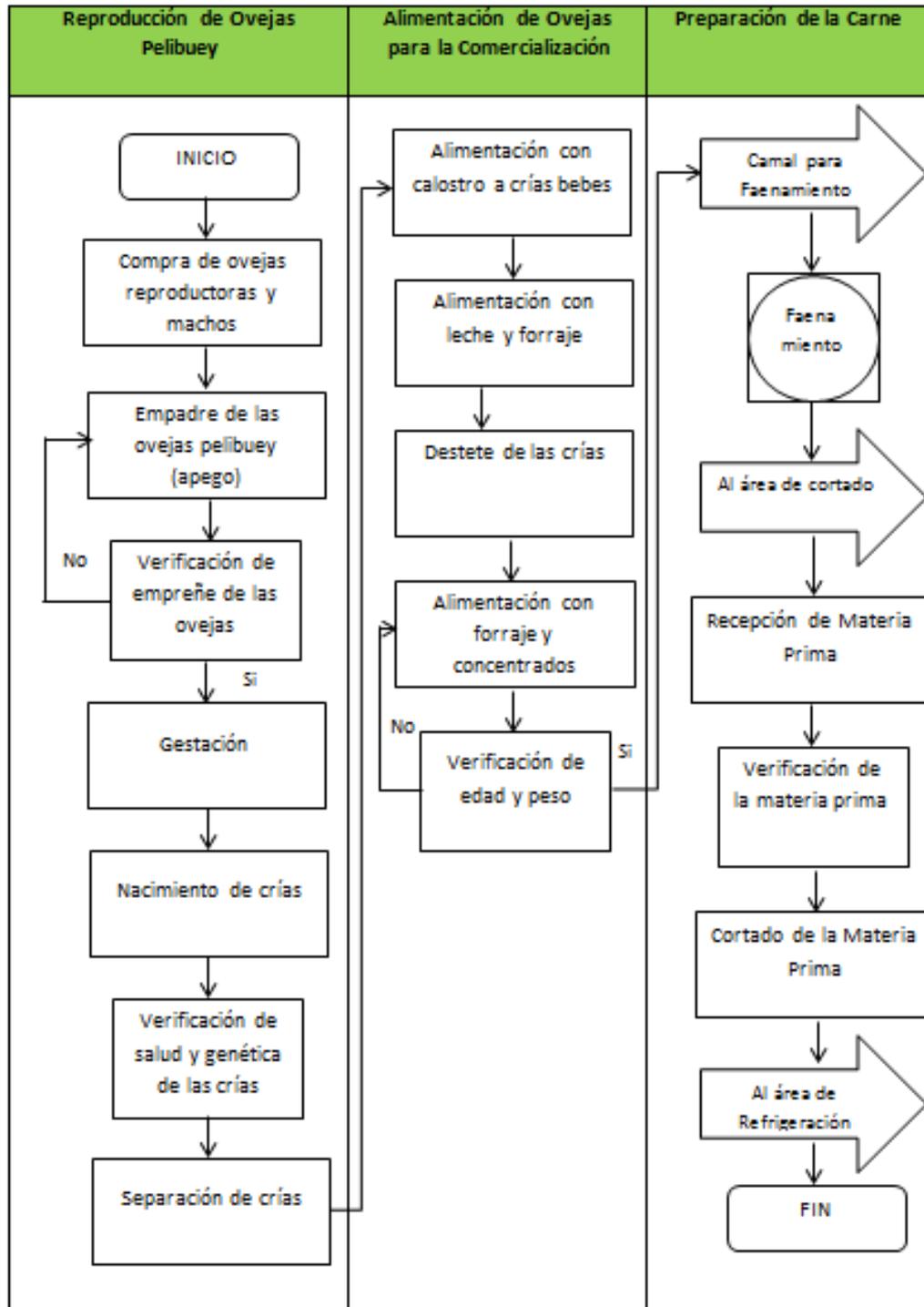
Gráfico 20 DIAGRAMA DE PROCESOS



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.5.6. Flujograma de proceso de producción de la carne de oveja pelibuey

Gráfico 21 FLUJOGRAMA DE PROCESOS



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

1. Descripción de los Proceso de Producción

A continuación se realiza un detalle del ciclo de producción de la carne de oveja pelibuey.

❖ Compra de las reproductoras de ovejas pelibuey

La adquisición se la realizará en una proporción en la ciudad de Mira y la otra proporción se tendrá que realizar en la ciudad de Quito.

❖ Reproducción de las ovejas pelibuey

El proceso de gestación, luego del apegue, dura aproximadamente 150 días. Para ello se deberá cuidar a la madre en la alimentación dotando de minerales y vitaminas.

❖ Cuidado de las crías

Los tres primeros meses se los alimenta a través de la leche de la madre y pastos frescos.

❖ Desapartado de las crías

Luego de los tres meses se realiza el destete de las crías y su alimentación se basará únicamente en pastos y la dotación de balanceado con minerales y vitaminas.

❖ Selección de materia prima para la extracción de la carne

En esta etapa se selecciona a las ovejas que se encuentran en la edad de 5 meses y tengan un peso entre los 50 y 75 kls.

❖ **Faenamiento de las ovejas**

Este proceso se lo realizará en el camal municipal de la ciudad.

❖ **Control de calidad**

Una vez faenada debe ser inspeccionada por el área de calidad del producto, para que se envíe al siguiente proceso.

❖ **Preparación de la carne para la venta**

Luego de faenarlas se tendrá que preparar la carne ya sea para venderlas directamente a las tercenas o para comercializarlas a los supermercados grandes.

En el caso de distribución a supermercados grandes se hará el siguiente proceso.

❖ **Cortado**

Se realizará en cortes pequeños y se lo empacará al vacío en porciones de 1 kilogramos.

❖ **Sellado y etiquetado**

En esta etapa se procederá al sellado del producto con el nombre y seguidamente se procederá a ubicar la etiqueta la cual incluye información nutricional y el respectivo registro sanitario.

❖ **Almacenamiento**

La carne empacada al vacío se tendrá que refrigerar para mantener para su conservación hasta su comercialización.

❖ Distribución de la carne

Al contar con un producto ya terminado, se procede a la comercialización hacia todos los comercializadores que desean vender este producto.

4.6. INVERSIÓN DEL PROYECTO

4.6.1. Inversión fija

1. Espacio físico y construcción

Para la implementación del proyecto se contará con el área de Producción de la oveja pelibuey que tendrá una extensión de aproximadamente 3.5 hectáreas, de las cuales 113 metros cuadrados estarán distribuidos para los corrales, comederos y bebederos de las ovejas. Esta área es de propiedad de la ejecutora del proyecto la cual está valorada en USD 18.678,00.

Para la implantación del proyecto será necesario utilizar una planta del área administrativa, la cual a será necesario arrendar un local el cual estará ubicado cerca de Pana americana Norte. Tiene una extensión de aproximadamente de3.113m².

✓ Terreno

Cuadro 33 TERRENO

Detalle	m ²	Valor m ²	Valor Total en USD
Terreno	3.165	6	18.990,00
TOTAL	3.165	6,00	18.990,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

2. Construcción y Adecuaciones

La construcción está diseñada para la estructuración de un corral donde se alojarán a todas las ovejas con crías, para ovejas de engorde y ovejas reproductoras, el área para la alimentación del balanceado, bebederos y además será necesario construir una pequeña casa donde se pueda hospedar el cuidador de los animales ovinos.

Cuadro 34 CONSTRUCCIÓN DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE LAS OVEJAS

Área de producción	m ²	Valor del m ²	Valor Total en USD
Corrales para ovejas con cría	50,00	25,00	1.250,00
Ovejas de engorde de 4 y5 meses de edad	10,00	20,00	200,00
Ovejas de engorde de 6 hasta 8 meses	10,00	20,00	200,00
Ovejas Reproductoras	15,00	18,00	270,00
Sementales	10,00	18,00	180,00
Comederos	40,00	10,00	400,00
Bebederos	20,00	18,00	360,00
Vivienda	10,00	18,00	1.500,00
Total área	3.165m²		4.360,00

Fuente: Arq. Sandra Quilumba
Elaborado por: La Autora

Las instalaciones de adecuación son para el Área Administrativa y operativa de la pequeña empresa, la cual se la realizará en un local arrendado en la parte urbana de la ciudad de Mira.

Cuadro 35 ADECUACIONES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

Nº	Descripción	Uni.	Cant.	Precio Unitario	Precio Total
1	Acabados				
1.1	Derrocamiento de mampostería	m ²	6,90	3,50	24,15
1.2	Mampostería de bloque alivianado e=15	m ²	10,00	16,00	160,00
1.3	Enlucido liso vertical mampostería	m ²	20,00	4,81	96,20
1.4	Estucado	m ²	20,00	5,00	100,00
1.5	Ventanería de Hierro con rejilla, protec. Con varilla cuadrada 1/2"	m ²	5,24	55,00	288,20
1.6	Puertas de tol	m ²	6,90	75,00	517,50
1.7	Puertas de madera sólida, lacada incluye marcos baño oficinas	u	1,00	150,00	150,00
1.8	División de ángulo y puertas oficinas	m ²	9,31	35,00	325,85
1.9	Puntos de agua potable	pto	5,00	21,00	105,00
1.10	Puntos PVC 110m	pto	3,00	22,00	66,00
1.11	Tubería PVC 110m	ml	12,00	3,50	42,00
1.12	Puntos PVC 75mm	pto	2,00	21,00	42,00
1.13	Tubería PVC 75mm	ml	5,00	3,00	15,00
1.14	Caja de Revisión	u	1,00	70,00	70,00
1.15	Inodoros	u	2,00	100,00	200,00
1.16	Lavamanos	u	2,00	95,00	190,00
1.17	Cerámica en Piso + barredera	m ²	5,00	21,00	105,00
1.18	Pintura Interior y exterior	m ²	150,00	3,00	450,00
1.19	Mesón para procesamiento	ml	4,40	30,00	132,00
1.20	Cerámica en Pared	m ²	5,00	22,00	110,00
1.21	Lavaplatos	u	1,00	120,00	120,00
1.22	Punto de Tomacorrientes	pto	5,00	25,00	125,00
1.23	Punto de iluminación	pto	3,00	24,00	72,00
	TOTAL				3.505,90

Fuente: Arq. Sandra Quilumba
 Elaborado por: La Autora

Cuadro 36 RESUMEN DE LA CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIONES

Descripción	Cantidad m ²	V. Unitario	Total
Construcción 2	113	38,58	4.360,00
Adecuaciones del área administrativa	32,00	109,56	3.505,90
TOTAL			7.865,90

Fuente: Arq. Sandra Quilumba
Elaborado por: La Autora

3. HERRAMIENTAS DE MAQUINARIA

Para la operatividad del proyecto se necesitará los implementos necesarios estandarizados en los manuales de producción de la oveja pelibuey y el tratamiento de la carne.

Cuadro 37 MAQUINARIA PARA LA PRODUCCIÓN

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Balanza electrónica	1	300,00	300,00
Cortadora Pequeña	1	800,00	800,00
Congeladores Industriales	2	1.200,00	2.400,00
Báscula	1	210,00	210,00
TOTAL MAQUINARIAS			3.710,00

Elaborado por: La autora

Cuadro 38 EQUIPOS PARA LA PRODUCCIÓN

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Bandejas para carne	8	15,00	120,00
Juego de Cuchillos profesionales	1	55,00	55,00
Mesa inoxidable	1	500,00	500,00
Pares de Guantes	2	5,00	10,00
Overoles	2	25,00	50,00
Pares de Calzado	2	22,00	44,00
Gavetas	5	5,00	25,00
TOTAL EQUIPOS			804,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS			4.514,00

Elaborado por: La autora

4. MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

Los muebles y equipos serán considerados para las adecuadas operaciones que se realizan en el área administrativa.

Cuadro 39 MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio modular	2	115,00	230,00
Sillas giratorias	2	28,00	56,00
Archivador vertical	2	125,00	250,00
Computador	2	596,00	1.192,00
Impresora	1	165,00	165,00
Calculadora	1	15,00	15,00
Sillas tipo visitantes	3	18,00	54,00
TOTAL MATERIALES			1.962,00

Elaborado por: La autora

5. SEMOVIENTES

Esta cuenta se maneja para el rubro de las ovejas pelibuey reproductoras y los sementales que se obtendrá para la producción de ovejas las cuales serán comercializadas.

Cuadro 40 SEMOVIENTES

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Ovejas hembras pelibuey para reproducción	85	70,00	5.950,00
Ovejas 4 meses de edad.	5	45,00	225,00
Ovejas de la edad de 5 meses	3	50,00	150,00
Corderos pelibuey machos	3	95,00	285,00
TOTAL SEMOVIENTES	96		6.610,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 41 RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Descripción	Total
Espacio físico y construcción	26.855,90
Maquinaria y Equipos	4.514,00
Muebles y equipos de oficina	1.962,00
Semovientes	6.610,00
Imprevistos 2%	798,84
TOTAL	40.740,74

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

➤ DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Cuadro 42 DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

Detalle	Valor Activo	Valor Residual	Años de Vida útil	Depreciación Anual
Edificios Y Obras Civiles	7.865,90	786,59	20,00	353,97
Maquinaria Y Equipo	4.514,00	451,40	10,00	406,26
Equipos De Computación	1.357,00	135,70	3,00	407,10
Muebles Y Enseres	605,00	60,50	10,00	54,45
TOTAL				1.221,78

Fuente: Cuadros
Elaborado por: La autora

4.6.2. Costos de producción

Los costos de producción son los valores que incurren en el proceso de obtener el producto final.

1. Materia Prima Directa

La materia prima está conformada por aquellos componentes que intervienen directamente en la producción de la carne de oveja que se va a comercializa.

Cuadro 43 MATERIA PRIMA

Descripción Unidades	Unidades De Medida	Cantidad	Precio	Valor Total Anual
Ovejas de Engorde	Unidades	249	10,42	2.594,58
Forraje para engorde	Quintales	249	15,62	3.889,38
Forraje para reproductores y sementales	Quintales	190	12,50	2.375,00
Pasto	Quintales	5	18,75	93,75
Fertilizantes				500,00
Minerales y proteínas	Gramos	199,55	2,08	415,05
TOTAL				9.867,76

Fuente: Almacén NITRIL
Elaborado por: La autora

2. Mano de Obra Directa

La Mano de Obra es necesaria para la producción de las ovejas pelibuey y para el manejo del cortado de la carne.

Cuadro 44 REQUERIMIENTO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

Cargo	Cantidad	Salario Unitario	Salario Mensual	Salario Anual 2013
Técnico Producción Ovina	1	500	500	6.000,00
Trabajadores	2	318	636	7.632,00
TOTAL	3	818	1.454	13.632,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

3. Costos Indirectos de Fabricación

Cuadro 45 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Año base año 2013	2014
Agua	5,98
Energía Eléctrica	98,64
Costos de faenamiento	388,44
Transporte (Alquiler)	500,16
Depreciación	406,26
TOTAL	1.399,48

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.6.3. Gastos administrativos

1. Remuneraciones

Cuadro 46 REMUNERACIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO ANUAL

Cargos	2014
Gerente	4.999,68
Contadora	4.374,72
TOTAL REMUNERACIONES	9.374,40

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 47 GASTO SUELDO ADMINISTRATIVO

Rubros	2014
Sueldo Básico Unificado Mínimo	9.374,40
Aporte Patronal 12,15%	1.138,99
Fondos de Reserva	
Décimo Tercer Sueldo	781,20
Décimo Cuarto Sueldo	662,46
Vacaciones	
TOTAL	11.957,05

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

2. Servicios Básicos

Los servicios básicos que son utilizados en el área administrativa.

Cuadro 48 SERVICIOS BÁSICOS

Rubros	2014
Teléfono	75,00
Agua	5,76
Luz	50,76
TOTAL	131,52

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

3. Arriendo

El arriendo se pagará del espacio físico donde funcionará el área administrativa y parte del proceso operativo que se encarga del tratamiento de la carne para ser comercializada.

Cuadro 49 ARRIENDO

Rubro/Años	2014
Arriendo De Local Mensual	187,49
Arriendo Anual	2249,88

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 50 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Años/Rubros	2014
Remuneraciones	11.957,05
Servicios Básicos	131,52
Arriendo Local	2.249,88
TOTAL	14.338,45

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.6.4. Gastos de ventas

1. Remuneraciones

El vendedor se encargará de comercializar el producto a las tercenas y puestos en el mercado.

Cuadro 51 REMUNERACIONES

Rubros/Año	2014
Sueldo Básico Unificado Mínimo	3.974,76
Aporte Patronal 12,15%	482,93
Fondos de Reserva	
Décimo Tercer Sueldo	331,23
Décimo Cuarto Sueldo	0,00
Vacaciones	
TOTAL	4.788,92

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

2. Publicidad

Cuadro 52 PUBLICIDAD

Años/Rubros	2014
Cantidad (Minutos)	226
Precio	5,2
Valor	1.175,20
Total	1.175,20

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

3. Transporte

Cuadro 53 TRANSPORTE

Años/Rubros	2014
Número De Viajes	96
Valor Unitario	20,83
TOTAL	1.999,68

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

➤ RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

Cuadro 54 RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

Años/Rubros	2014
Remuneración	4.788,92
Publicidad	1.175,20
Transporte	1.999,68
TOTAL	7.963,80

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.6.5. Gastos Financieros

Cuadro 55 GASTOS FINANCIEROS

Años/ Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Intereses	3.500,00	3.280,39	3.038,82	2.773,09	2.480,80

Fuente: Corporación Nacional de Fomento
Elaborado por: La Autora

Cuadro 56 GASTOS FINANCIEROS MENSUALES

Detalle	Interés anual 2014	Interés mensual
Interés	3.500,00	291,67

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.6.6. Activo diferido

Los gastos incurridos para la implantación del presente proyecto constan dentro de este rubro.

Cuadro 57 ACTIVOS DIFERIDOS

Concepto	Valor
Estudio de factibilidad	500
Permisos de Constitución	500
Total	1.000

Fuente: Municipio de Mira e Ibarra
Elaborado por: La autora

4.6.7. Capital de trabajo

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de los productos de la pequeña empresa en su fase de funcionamiento.

De esta manera se consideran los valores de la materia prima, las remuneraciones y demás costos considerados para un periodo de ocho meses, periodo en el que las primeras crías tengan la edad y el peso adecuado para ser comercializadas. Es por esto que la empresa tendrá sus primeros ingresos en el octavo mes.

Cuadro 58 CAPITAL DE TRABAJO

Detalle	Valores mensuales	Capital de Trabajo Para un periodo de ocho meses
Costo De Producción	2.470,75	19.766,97
Gastos Administrativos	996,42	7.971,37
Gastos De Ventas	663,65	5.309,20
Gastos Financieros	291,67	2.333,33
TOTAL	4.422,49	35.379,87

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

En el presente estudio se determinará el capital de trabajo con el que se tendrá que iniciar las operaciones de la empresa y se establece las fuentes de financiamiento con que trabajará el proyecto.

Además este presente estudio tiene el propósito de evaluar todos aquellos costos que incurrirán en la ejecución del proyecto y se determina su cuantificación proyectándose a un futuro determinado, cuyos valores son determinados en relación a lo establecido en los capítulos anteriores.

Se realizará las proyecciones de gasto y costos y los ingresos proyectados que se generaran a lo largo de su vida útil o periodo de evaluación, como también el estado financiero proyectado, los cuales permiten conocer los flujos de efectivo, en base de los cuales aplicamos la evaluación del proyecto desde el punto de vista financiero, los mismos que nos permiten conocer la viabilidad del proyecto.

5.1. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

La inversión requerida para la implantación de la pequeña empresa es de 76.327,07 dólares misma que se compone de Activos Fijos, 39.941,90 dólares; Activos Diferidos, 1 000 dólares y Capital de trabajo de 35.385,17.

Cuadro 59 INVERSIÓN

Inversión	Valores	%
Activos Fijos	39.941,90	52,33
Activos Diferidos	1.000,00	1,31
Capital De Trabajo	35.385,17	46,36
TOTAL	76.327,07	100,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.1.1. Financiamiento

A continuación se presenta la estructura del financiamiento, para el cual se contará con un capital propio de la empresa del 45,86% del total de la inversión contando con la participación de 3 socios.

El otro 54,14% de la inversión será necesario realizar un crédito, este crédito se lo realizará a la Corporación Nacional de Fomento, el mismo que apoya a proyectos productivos otorgando créditos a bajas tasas de interés, en este caso se cargará el crédito a una tasa de interés anual del 9,5% a un plazo de 10 años. La garantía se lo hará del terreno.

Cuadro 60 FINANCIAMIENTO

Rubros	Valor	Porcentaje
Capital propio	41.327,07	54,14%
Crédito	35.000,00	45,86%
TOTAL	76.327,07	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Cuadro 61 TABLA DE AMORTIZACIÓN

Años	Cuota Pago	Interés	Pago Del Principal	Saldo Inicial
				35.000,00
1	5.696,09	3.500,00	2.196,09	32.803,92
2	5.696,09	3.280,39	2.415,70	30.388,22
3	5.696,09	3.038,82	2.657,27	27.730,95
4	5.696,09	2.773,09	2.922,99	24.807,96
5	5.696,09	2.480,80	3.215,29	21.592,66
6	5.696,09	2.159,27	3.536,82	18.055,84
7	5.696,09	1.805,58	3.890,51	14.165,33
8	5.696,09	1.416,53	4.279,56	9.885,78
9	5.696,09	988,58	4.707,51	5.178,26
10	5.696,09	517,83	5.178,26	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.2. PROYECCIONES DE INGRESOS

Los ingresos son aquellos que la empresa generará de la venta de la carne de oveja Pelibuey, será ofertada por libras.

Pero además existe un sub-producto que será ofertado, en este caso también se tendrá ingresos por la venta del cuero de la oveja. De esta manera no se estará desperdiciando la materia prima que se posee.

➤ INGRESOS PROYECTADOS

Cuadro 62 INGRESOS

DESCRIPCIÓN UNIDADES	2014	2015	2016	2017	2018
Libras de carne	15.701	18.318	20.934	23.551	26.168
Precio Unit.	3,12	3,25	3,39	3,53	3,68
SUBTOTAL	48.986,50	59.532,20	70.967,62	83.135,74	96.298,24
SUBPRODUCTO					
Cuero del animal					
Cantidad	249	291	332	374	415
Precio Unit.	10,42	10,85	11,30	11,77	12,26
SUBTOTAL	2.594,58	3.157,35	3.751,60	4.401,98	5.087,90
TOTAL INGRESOS	51.581,08	62.689,55	74.719,22	87.537,72	101.386,14

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

5.3. PRESUPUESTO DE EGRESOS

En los siguientes cuadros se representa los costos de producción y gastos que son requeridos para producir 15.701 libras de carne de oveja pelibuey para el primer año. Es decir se requiere, materia prima, mano de obra, gastos indirectos de fabricación y los demás requerimientos que son necesarios para llevar a cabo las operaciones administrativas y de comercialización.

5.3.1. Costos de producción

Los costos de producción son aquellos rubros que intervienen directamente en la producción del producto fina que será comercializado a los clientes, entre estos tenemos; materia prima, mano de obra y costos indirectos de

fabricación. Los costos crecen de acuerdo a la inflación del 4,16% del año 2013.

1. MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADA

En la producción de carne de oveja pelibuey se necesita de las crías de las ovejas reproductoras a las cuales hay que proporcionar una alimentación adecuada para incrementar las proporciones nutricionales de la carne en base al consumo de forraje, concentrados, vitaminas y agua.

Cuadro 63 MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN UNIDADES	2014	2015	2016	2017	2018
Ovejas de Engorde					
Cant. Unidades	249	291	332	374	415
Precio	10,42	10,85	11,30	11,77	12,26
Valor	2.594,58	3.157,35	3.751,60	4.401,98	5.087,90
Forraje para engorde					
Cant. Quintales	249	291	332	329	365
Precio	15,62	15,62	15,62	15,62	15,62
Valor	3.889,38	4.545,42	5.185,84	5.138,98	5.701,30
Forraje para reproductores y sementales					
Cant. Quintales	174	204	233	263	292
Precio	12,50	13,02	13,56	14,12	14,71
Valor	2.175,00	2.656,08	3.159,48	3.713,56	4.295,32
Pasto					
Cant. Unidades	5,00	6,00	7,00	8,00	8,00
Precio	18,75	19,53	20,34	21,19	22,07
Valor	93,75	117,18	142,38	169,52	176,56
Fertilizantes					
Precio	500,00	585,00	570,00	565,00	555,00
Valor	500,00	585,00	570,00	565,00	555,00
Minerales y proteínas					
Cant. Kg	192,27	225,00	256,82	269,09	298,64
Precio	2,08	2,17	2,26	2,35	2,45
Valor	399,93	488,25	580,41	632,36	731,66
TOTAL EGRESOS	9.652,64	11.549,28	13.389,71	14.621,40	16.547,74

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

2. MANO DE OBRA

Cuadro 64 PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL

CARGOS	2014	2015	2016	2017	2018
Técnico Producción Ovina	520,80	542,47	565,03	588,54	613,02
Trabajador 1	331,23	345,01	359,36	374,31	389,88
Trabajador 2	331,23	345,01	359,36	374,31	389,88

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 65 REMUNERACIONES PROYECTADOS ANUALMENTE

CARGOS	2014	2015	2016	2017	2018
Técnico Producción Ovina	6.249,60	6.509,64	6.780,36	7.062,48	7.356,24
Trabajador 1	3.974,76	4.140,12	4.312,32	4.491,72	4.678,56
Trabajador 2	3.974,76	4.140,12	4.312,32	4.491,72	4.678,56
TOTAL	14.199,12	14.789,88	15.405,00	16.045,92	16.713,36

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 66 PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA

COSTO DE LA MANO DE OBRA PROYECTADA					
RUBROS	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo Básico Unificado Mínimo	14.199,12	14.789,88	15.405,00	16.045,92	16.713,36
Aporte Patronal 12,15%	1.753,59	1.826,55	1.902,52	1.981,67	2.064,10
Fondos de Reserva	-	1.232,49	1.283,75	1.337,16	1.392,78
Décimo Tercer Sueldo	1.183,26	1.232,49	1.283,75	1.337,16	1.392,78
Décimo Cuarto Sueldo	1.652,01	1.716,44	1.783,38	1.852,93	1.925,20
Vacaciones	-	616,25	641,88	668,58	696,39
TOTAL	18.787,98	20.797,85	21.658,40	22.554,84	23.488,22

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

3. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los costos indirectos de fabricación son parte del costo variable y dependen de la producción.

Cuadro 67 PROYECCIÓN DE LOS CIF`S

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Agua	5,98	7,57	9,96	13,46	18,26
Energía Eléctrica	98,64	127,86	146,12	180,83	200,92
Costos de Faenamiento	388,44	471,42	561,08	658,24	759,45
Transporte (Alquiler)	500,16	585,36	678	777,48	882,72
TOTAL	993,22	1.192,20	1.395,16	1.630,01	1.861,35

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

➤ Depreciación de activos de Producción

Es aquel desgaste que sufren las maquinarias y equipos que intervienen directamente en la producción del producto y es considerada como un costo.

Cuadro 68 DEPRECIACIÓN ACTIVOS DE PRODUCCIÓN

Detalle	Valor del Activo	Valor Residual	2014	2015	2016	2017	2018
Maquinaria y Equipo	4.062,60	10,00	406,26	406,26	406,26	406,26	406,26
TOTAL			406,26	406,26	406,26	406,26	406,26

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

4. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

Cuadro 69 RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN

Años/Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Materia prima directa y materiales indirectos		11.801,39	13.681,45	14.970,73	16.943,33
Mano de obra directa e indirecta	18.787,98	20.797,85	21.658,40	22.554,84	23.488,22
Costos indirectos de fabricación (CIF)	1.399,48	1.598,46	1.801,42	2.036,27	2.267,61
TOTAL	30.055,22	34.197,70	37.141,27	39.561,84	42.699,16

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3.2. Gastos administrativos.

Los gastos administrativos están relacionados con el funcionamiento de la empresa, es decir sueldos de oficina y más erogaciones administrativas los cuales serán proyectados a 5 años con la tasa de inflación de 4,16% del año 2013.

1. Remuneración Básica Unificada de Administración

Está relacionada con los sueldos al gerente que se encargará de la administración y funcionamiento de las operaciones de la empresa.

Cuadro 70 SUELDOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES

Cargos	2014	2015	2016	2017	2018
Gerente	416,64	433,97	452,03	470,83	490,42
Contadora	364,56	379,73	395,52	411,98	429,11
TOTAL	781,2	813,7	847,55	882,81	919,53

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 71 SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO ANUAL

Cargos	2014	2015	2016	2017	2018
Gerente	4999,68	5207,64	5424,36	5649,96	5885,04
Contadora	4374,72	4556,76	4746,24	4943,76	5149,32
TOTAL REMUNERACIONES	9374,4	9764,4	10170,6	10593,72	11034,36

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 72 REMUNERACIONES ADMINISTRATIVAS ANUALES

Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo Básico Unificado Mínimo	9.374,40	9.764,40	10.170,60	10.593,72	11.034,36
Aporte Patronal 12,15%	1.138,99	1.186,37	1.235,73	1.287,14	1.340,67
Fondos de Reserva	-	813,70	847,55	882,81	919,53
Décimo Tercer Sueldo	781,20	813,70	847,55	882,81	919,53
Décimo Cuarto Sueldo	662,46	690,02	718,72	748,62	779,76
Vacaciones	-	406,85	423,78	441,41	459,77
TOTAL	11.957,05	13.675,04	14.243,93	14.836,51	15.453,62

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

2. Servicios básicos

Cuadro 73 SERVICIOS BÁSICOS

Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Teléfono	75	78,12	81,36	84,75	88,27
Agua	5,76	6,37	7	7,14	7,8
Luz	50,76	65,81	75,21	93,07	103,41
TOTAL	131,52	150,3	163,57	184,96	199,48

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

3. Arriendo

Cuadro 74 ARRIENDO DE LOCAL

Rubro/Años	2014	2015	2016	2017	2018
Arriendo de local	187,49	195,29	203,41	211,87	220,69
Arriendo Anual	2.249,88	2.343,48	2.440,92	2.542,44	2.648,28

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

➤ RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuadro 75 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Años/Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Remuneraciones	11.957,05	13.675,04	14.243,93	14.836,51	15.453,62
Servicios Básicos	131,52	150,30	163,57	184,96	199,48
Arriendo Local	2.249,88	2.343,48	2.440,92	2.542,44	2.648,28
TOTAL	14.338,45	16.168,82	16.848,42	17.563,91	18.301,38

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3.3. Gastos de ventas

1. Remuneraciones

Cuadro 76 REMUNERACIÓN DE VENTAS MENSUAL

Años/Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Sueldo Básico Unificado Mínimo	3.974,76	3.974,76	3.974,76	3.974,76	3.974,76
Aporte Patronal 12,15%	482,93	482,93	482,93	482,93	482,93
Fondos de Reserva		331,23	331,23	331,23	331,23
Décimo Tercer Sueldo	331,23	331,23	331,23	331,23	331,23
Décimo Cuarto Sueldo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vacaciones		165,62	165,62	165,62	165,62
TOTAL	4.788,92	5.120,15	5.120,15	5.120,15	5.120,15

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

2. Publicidad

La publicidad se la realizará mediante cuñas publicitarias realizadas en la radio canela de la ciudad de Ibarra, se transmitirá dos cuñas los fones de semana y a partir del tercer se irá aumentando una cuña diaria en los fines de semana.

Cuadro 77 PUBLICIDAD

Años/Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Cantidad (Minutos)	226,00	226,00	226,00	452,00	452,00
Precio	5,2	5,4	5,7	5,9	6,1
Valor	1.175,20	1.220,40	1.288,20	2.666,80	2.757,20
TOTAL	1.175,20	1.220,40	1.288,20	2.666,80	2.757,20

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

3. Transporte

El transporte será el que comercializa el producto en cada uno de los expendedores que desean comprar la carne de oveja pelibuey. Pero solo se tendrá que trasladar dos días a la semana, por tal motivo se contratará un servicio de transporte.

Cuadro 78 TRANSPORTE

Años/Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Trasporte (Alquiler)					
Número de Viajes	96	98	100	102	104
Costo	20,83	21,70	22,60	23,54	24,52
TOTAL	1.999,68	2.126,60	2.260,00	2.401,08	2.550,08

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

➤ RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

Cuadro 79 RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

Años/Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Remuneración	4.788,92	5.120,15	5.120,15	5.120,15	5.120,15
Publicidad	1.175,20	1.220,40	1.288,20	2.666,80	2.757,20
Transporte	1.999,68	2.126,60	2.260,00	2.401,08	2.550,08
TOTAL	7.963,80	8.467,15	8.668,35	10.188,03	10.427,43

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.3.4. Gastos financieros

1. Gasto Interés

Cuadro 80 GASTO INTERÉS

Años/ Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Intereses	3.500,00	3.280,39	3.038,82	2.773,09	2.480,80

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3.5. Gastos de depreciación

Cuadro 81 GASTO DE DEPRECIACIÓN

Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Construcción y Adecuaciones	353,97	353,97	353,97	353,97	353,97
Equipos de Computación	407,10	407,10	407,10	0,00	0,00
Muebles y Enseres	54,45	54,45	54,45	54,45	54,45
TOTAL	815,52	815,52	815,52	408,42	408,42

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

1. AMORTIZACIONES

Cuadro 82 AMORTIZACIONES

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Gastos De Constitución	200	200	200	200	200

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.4. ESTADOS FINANCIEROS

5.4.1. Estado de situación inicial

Cuadro 83 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL				
AL 31 DE DICIEMBRE 2014				
ACTIVOS			PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		35.385,17	PASIVOS A LARGO PLAZO	35.000,00
BANCOS (CAPITAL DE TRABAJO)	35.385,17		PATRIMONIO	
ACTIVO FIJOS			CAPITAL PROPIO	41.327,07
TERRENO	18.990,00			
CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIONES	7.865,90			
MAQUINARIA Y EQUIPO	4.514,00			
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.357,00			
MUEBLES Y ENSERES	605,00			
SEMOVIENTES	6.610,00			
TOTAL ACTIVOS FIJOS		39.941,90		
ACTIVOS DIFERIDOS				
ESTUDIO DE INGENIERÍA	500,00			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	500,00			
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		1.000,00		
TOTAL ACTIVOS		76.327,07	TOTAL PAS. Y PAT.	76.327,07

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.4.2. Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro 84 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Años/Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS					
Ingresos Operacionales	51.581,08	62.689,55	74.719,22	87.537,72	101.386,14
- Costos de Producción	30.055,22	34.197,70	37.141,27	39.561,84	42.699,16
= UTILIDAD BRUTA	21.525,85	28.491,85	37.577,94	47.975,87	58.686,98
- G. Administrativos	14.338,45	16.168,82	16.848,42	17.563,91	18.301,38
- G. Ventas	7.963,80	8.467,15	8.668,35	10.188,03	10.427,43
- G. Financieros	3.500,00	3.280,39	3.038,82	2.773,09	2.480,80
- G. Amortización	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
- G. Depreciación	815,52	815,52	815,52	408,42	408,42
= UTILIDAD OPERACIONAL	(5.291,91)	(440,03)	8.006,83	16.842,42	26.868,96
- 15% Part. Trabajadores			1.201,03	2.526,36	4.030,34
= Utilidad Antes De Impuestos			6.805,81	14.316,06	22.838,62
- 22% Impuestos			1.497,28	3.149,53	5.024,50
= UTILIDAD NETA	(5.291,91)	(440,03)	5.308,53	11.166,53	17.814,12

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.4.3. Flujo de efectivo

Cuadro 85 FLUJO DE EFECTIVO

Años/Rubros	2013	2014	2015	2016	2017	2018
INVERSIÓN PROPIA	41.327,07					
UTILIDAD OPERATIVA		-5.291,91	-440,03	8.006,83	16.842,42	26.868,96
+ DEPRECIACIÓN		1221,7755	1221,7755	1221,7755	814,6755	814,6755
- REINVERSIÓN					900	
- UTILI. TRABAJADORES		0,00	0,00	1.201,03	2.526,36	4.030,34
- IMPUESTOS		0,00	0,00	1.497,28	3.149,53	5.024,50
+ RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (VENTA DE ACTIVOS)						36337,85
(-)Pago del Principal		2196,09	2415,70	2657,27	4707,51	5178,26
FLUJO NETO DE CAJA	41327,07	-6266,22	-1633,95	3873,03	6373,69	49788,38

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

5.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

Para evaluar el proyecto se analizan algunos aspectos, los cuales evalúan el valor del dinero a través del tiempo como son: VAN, TIR, PRI, C/B

5.5.1. Tasa de redescuento

Para obtener la tasa de redescuento se tomará en cuenta la tasa de interés pasiva del capital propio y la tasa activa del crédito, a estas se les obtendrá un promedio y se le sumará la tasa de inflación.

Cuadro 86 TASAS DE INTERÉS ACTIVA Y PASIVA

Detalle	Valor	Ponderación %	Interés	Tasa de Interés Normal
Crédito	35.000,00	45,86	9,50%	4,36
Capital Propio	41.327,07	54,14	6,50%	3,52
TOTAL	73.163,32	100,00		8,35

Fuente: Corporación Nacional de Fomento

Elaborado por: La Autora

Cuadro 87 TASA DE REDESCUENTO

Tasa Interés Total	Tasa Inflación y Riesgo	Tasa de Redescuento
7,88	4,16	12,04

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.5.2. Análisis del valor actual neto

Cuadro 88 FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS

Años	Flujos Netos Caja	Flujos Netos Actualizados 12,04%
2014	- 6.266,22	- 5.592,84
2015	- 1.633,95	- 1.458,37
2016	3.873,03	3.456,83
2017	6.373,69	5.688,77
2018	49.788,38	44.438,04
TOTAL	50.556,90	46.532,43

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

$$VAN = \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

$$VAN = \sum \text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS} - \text{INVERSIÓN}$$

$$VAN = 46.532,43 - 41.327,07$$

$$VAN = 5.205,36$$

En el análisis realizado del VAN para el estudio se obtuvo un valor de 5.205,36; valor que representa mayor que cero, lo que muestra que el proyecto es viable para su realización.

5.5.3. Tasa interna de retorno

El TIR es la tasa de interés en donde el valor presente neto de los flujos de los ingresos, con el valor presente de los egresos, se iguala a cero. El TIR deberá ser mayor que la tasa de redescuento para que la inversión sea

aceptada. Para calcular el TIR se utiliza una tasa de descuento arbitraria para obtener un VAN positivo y un VAN negativo.

Cuadro 89 TASA INTERNA DE RETORNO

Años	Flujo Neto de Caja	Flujos Netos Actualizados 12,04%	Flujos Netos Actualizados 5,5%
2014	- 6.266,22	-5.592,84	-5.939,55
2015	- 1.633,95	-1.458,37	-1.468,03
2016	3.873,03	3.456,83	3.298,32
2017	6.373,69	5.688,77	5.144,95
2018	49.788,38	44.438,04	40.190,02
TOTAL	738.159,85	466.778,39	41.225,71

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

$$VAN = \sum \text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS} - \text{INVERSIÓN}$$

$$VAN = 41.225,71 - 41.327,07$$

$$VAN = - 101,36$$

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN_i}{VAN_i - VAN_s} \right]$$

$$TIR = 0,059 + (0,01204 - 0,059) \left[\frac{-383,57}{-383,57 - 3.796,90} \right]$$

$$TIR = 0,0556$$

$$TIR = 5,56\%$$

Realizando los cálculos correspondientes se llega a determinar que la Tasa Interna de Retorno es del 5,56%. A lo que se puede interpretar que a la inversión de \$ 41.327,07 generará una rentabilidad de 5,56%, porcentaje

que se encuentra bajo el valor de la tasa de redescuento. Lo que indica que el proyecto obtendrá una baja rentabilidad y mejor sería invertir en una institución financiera que le proporciona un porcentaje de interés mayor.

5.5.4. Relación costo beneficio

➤ **Relación costo beneficio en relación con la Inversión**

Cuadro 90 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Años	Flujos Netos Actualizados 12,04%
2014	- 5.592,84
2015	- 1.458,37
2016	3.456,83
2017	5.688,77
2018	44.438,04
TOTAL	46.532,43

$$C/B = \sum \text{FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS} / \text{INVERSIÓN}$$

$$C/B = 46.532,43 / 41.327,07$$

$$C/B = 1,13$$

Al relacionar los flujos netos actualizados con la inversión, se obtiene que por cada dólar invertido se tiene una ganancia de 0,13 centavos. Lo que se determina que la rentabilidad que se alcanza es mínima.

- **Relación costo beneficio en relación con los ingresos y los egresos**

Cuadro 91 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Años	Ingresos	Ingresos Actualizados	Egresos	Egreso Egresos Actualizados
2014	51.581,08	46.038,09	56.872,99	50.761,33
2015	62.689,55	49.940,05	63.129,58	50.290,59
2016	74.719,22	53.126,72	66.712,38	47.433,72
2017	87.537,72	55.552,40	70.695,29	44.864,01
2018	101.386,14	57.426,60	74.517,18	42.207,62
TOTAL		262083,86		235557,27

$$C/B = \sum \text{Ingresos Actualizados} / \sum \text{Egresos Actualizados}$$

$$C/B = 262.083,86 / 235.557,27$$

$$C/B = 1,11$$

Al realizar la relación de los ingreso con los egresos, se obtiene un valor de 1,11, lo que se determina que por cada dólar invertido se ganará una valor de 0,11 centavos.

5.5.6. Punto de equilibrio

Cuadro 92 PUNTO DE EQUILIBRIO

Años/Rubros	2014	2015	2016	2017	2018
Costo Fijo Total	27.224,03	29.138,14	29.777,37	31.339,71	32.024,29
Costo Variable Total	30.055,22	34.197,70	37.141,27	39.561,84	42.699,16
Cantidad Carne Vendida	15.700,80	18.317,60	20.934,40	23.551,20	26.168,00
Costo Variable Unitario	1,91	1,87	1,77	1,68	1,63
Precio De Venta	3,12	3,25	3,39	3,53	3,68
Punto De Equilibrio U.	8.723,74	8.963,71	8.782,11	8.876,42	8.700,62
Punto De Equilibrio \$.	70.197,50	68.622,43	62.311,90	59.799,55	57.487,51

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL

6.1. DENOMINACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA

6.1.1. Nombre o razón social

La pequeña empresa se denominará “**PELICARN**”.

6.1.2. Logotipo

El logotipo es una representación gráfica que identifica a una empresa o marca en la que se le adapta el nombre completo o abreviado incluyendo símbolos o ciertos rasgos, dando así un fácil reconocimiento de marca o como empresa.

Gráfico 22 LOGOTIPO



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

6.1.3. Etiqueta

Las etiquetas cumplen una función importante en la presentación de un producto, ya que su finalidad es brindar información útil al cliente sobre el producto propuesto mediante el nombre, marca, diseño y especifica ciertas

características que tienen que ver con las leyes o normas vigentes para la industria o sector.

Gráfico 23 DISEÑO DE LA GRANJA



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

6.2. TIPO DE EMPRESA

La Ley de Compañías, menciona seis clases de compañías de producción y comercio de bienes y servicios que se pueden constituir y alcanzar personería jurídica, se señala las siguientes:

- a) La compañía en nombre colectivo;
- b) La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- c) La compañía de responsabilidad limitada;
- d) La compañía anónima;
- e) La compañía de economía mixta; y,
- f) La compañía Accidental o en Cuentas de Participación

De acuerdo a lo anterior mencionado, se establece según el análisis realizado la empresa que se constituirá una Compañía Anónima ya que cuenta con dos inversionistas y su participación será por acciones. Es decir cada socio recibirá proporcionalmente las utilidades generadas en un año

fiscal. El proceso se lo realizará mediante escritura pública de constitución en la ciudad de Mira, Cantón Mira.

6.3. ASPECTO LEGAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA

Para la creación y funcionamiento de la pequeña empresa en la ciudad de Mira, Provincia del Carchi, se debe cumplir con los requisitos que son tramitados en el GAD del cantón Mira y en el servicio de rentas internas.

6.3.1. Documentos para el funcionamiento de la empresa en mira

1. Obtener el Registro único de Contribuyentes (RUC)

Requisitos

- a) Original y copia de la cédula de identidad.
- b) Original del último certificado de votación.
- c) Original del documento que indique la dirección domiciliaria actual o donde se desarrolle la actividad económica (sea una planilla de agua, luz o teléfono).
- d) El documento original de la calificación Artesanal, si es Artesano.

2. Permiso de Bomberos

3. Registro Sanitario

4. Cedula de identidad del Representante Legal de la Microempresa.

5. Constitución de la Empresa o Microempresa

La escritura de constitución permite el funcionamiento de la pequeña empresa el cual debe estar legalizado mediante un notario.

Luego debe pasar por la Superintendencia de Compañías para revisión de la documentación, si todo está en regla se procederá a la inscripción en el registro mercantil.

Y por último se tiene que regresar la documentación a la superintendencia de compañías para el registro en los libros de esta entidad.

6. Obtener la patente

Para ello se tendrá que dirigir al GAD del cantón Mira

Requisitos:

- a) Llenar un formulario de patrimonio;
- b) Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal;
- c) Copia del registro único de contribuyentes;
- d) Copia del acta de constitución.

6.3.2. Trámites para permisos del faenamiento

Requisitos:

Se deberá dirigir a la Comisaría del Gobierno Autónomo descentralizado para obtener los permisos suficientes para hacer dicha actividad.

6.3.3. Documentos para la comercialización de la carne en la ciudad de Ibarra

Para ello se tendrá que obtener una patente en el Municipio de Ibarra, esta se la adquiere con los siguientes requisitos:

- RUC

- Cédula de Identidad y certificado de votación actualizados
- Nombre del dueño de la casa de donde funciona la actividad económica.
- Permiso del cuerpo de bomberos
- En el caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula y certificado de votación.

6.4. ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA

6.4.1. Misión

Es una pequeña empresa dedicada a la producción y comercialización de carnes frescas, conservando la calidad en su estado natural y nutricional, para satisfacción entera de los clientes, permitiendo así consolidarse como una entidad transparente y justa.

6.4.2. Visión

En los próximos cinco años ser una empresa consolidada y reconocida a nivel regional y nacional por contar con procesos de producción y comercialización de carnes competitivos, desarrollando nuevas oportunidades de mercado con el apoyo de personal capacitado, tecnología y el mejoramiento continuo.

6.4.3. Objetivos de la pequeña empresa

- a) Lograr posesionarse en el mercado actual
- b) Ofrecer un producto que satisfaga las necesidades de los clientes.
- c) Alcanzar reconocimiento de marca
- d) Fomentar la innovación
- e) Desarrollar procesos de producción eficientes

- f) Impulsar el desarrollo profesional de todos los integrantes de la empresa.

6.4.4. Políticas Organizacionales

1. Políticas Administrativas

- Seleccionar adecuadamente los proveedores cumpliendo ciertos estándares.
- Decisiones tomadas en consenso participativo.
- Ocupar mano de obra calificada.

2. Políticas Financieras

- Mantener un bajo porcentaje de la cuentas por cobrar.
- Establecer precios competitivos de los productos
- Manejar costos bajos manteniendo un adecuado porcentaje de utilidad.

3. Políticas de Mercado

- Entrega rápida y segura del pedido
- Manejar promociones
- Establecer estrategias de publicidad
- Mejorar continuamente la calidad del servicio al cliente

4. Políticas de producción

- Selección de materia prima calificada
- Manejo de procesos de producción competitivos.
- Manejar inventarios acordes a la demanda y capacidad productiva.

6.4.5. Principios y Valores Institucionales

➤ PRINCIPIOS

a) Mejoramiento continuo

Se debe implantar este principio en el área productiva, para mejorar las actividades de los procesos, hacerlos más eficientes para la reducción de costos y obtener mejor calidad del producto final y de esta manera poder ser competitivos en el mercado.

b) Control de calidad

En el área de producción se analiza, califica y controla cada uno de los procesos por los que tenga que pasar la carne hasta obtener el producto final que será distribuido a los clientes.

➤ VALORES

a) Responsabilidad

Todos los integrantes deben trabajar, para cumplir con el trabajo establecido en un tiempo determinado, sin retrasos en la elaboración y entrega del producto, la cobranza y el pago de las cuentas a terceros.

b) Honestidad

Las actividades se realizan dentro de la empresa y todo proceso se lo realizará con la debida cautela sin divulgar fuera de ella.

c) Trabajo en Equipo

Es importante el trabajo que realiza cada uno de los integrantes de la pequeña empresa pero este debe ser ejecutado en conjunto para lograr obtener mayores resultados en función de los objetivos.

d) Transparencia

En cada área debe elaborar y presentar la debida documentación de respaldo justificando las actividades realizadas. De esta manera se estará no existirán

e) Calidad

Todo proceso se desarrollará con las debidas mediciones de estándares de calidad en lo administrativo y productivo. Todo se reflejará en el producto final y en la satisfacción del cliente.

6.5. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

6.5.1. Organigrama estructural

La pequeña empresa dispondrá de una adecuada estructura administrativa en donde se refleja la organización como tal, en la que se integrará los siguientes elementos básicos:

- a) Nivel Directivo: Junta General de Socios.
- b) Nivel Ejecutivo: Representante Legal – Gerente
- c) Nivel de Apoyo: Contabilidad
- d) Nivel Operativo: Producción, Comercialización

Gráfico 24 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Investigación Directa
Elaborado Por: La Autora

6.6. MANUAL DE FUNCIONES

6.6.1. Junta general de accionistas

Propósito

- a) Nombra a gerente y directivos.
- b) Toma decisiones de vital importancia para la pequeña empresa.
- c) Realizar la visión y misión de la empresa.
- d) Revisa y aprueba reglamentos y estatutos de la pequeña empresa.
- e) Aprobar estados financieros.
- f) Mantener la inversión activa en la empresa.
- g) Crea nuevos puestos de trabajo, evaluando las necesidades internas.

6.6.2. Gerencia- Gerente

Es el representante legal de la pequeña empresa, se encarga de tomar decisiones de menor trascendencia y reporta todo el trabajo a la Junta General de Accionistas.

➤ Perfil del Gerente

- a)** Conocimientos básicos en administración de empresas.
- b)** Tener liderazgo para llevar a cabo sus funciones en la pequeña empresa.
- c)** Ser creativo e innovador.
- d)** Trabajo bajo presión
- e)** Tener disponibilidad inmediata
- f)** Manejo de programas de software.
- g)** Responsabilidad en el cumplimiento de las funciones.

➤ Funciones del Gerente

- a)** Dirigir y representar legalmente a la pequeña empresa.
- b)** Participar en la toma de decisiones con respecto al desarrollo de la unidad productiva.
- c)** Evaluar constantemente los costos de producción, la demanda y oferta del mercado para implementar nuevas estrategias.
- d)** Elaborar los perfiles de los puestos requeridos en la unidad productiva junto con los accionistas.
- e)** Asignar y supervisar las funciones del personal.
- f)** Autorizar los pagos de remuneraciones de los empleados y trabajadores.
- g)** Presentar informe a los accionistas de la Pequeña empresa.
- h)** Elaborar presupuestos de ventas y egresos

6.6.3. Área de Contabilidad – Contadora

Esta área se encarga de llevar la contabilidad de toda la empresa de manera transparente y legible.

Para ello será necesario contar con el siguiente perfil:

➤ Perfil de la Contadora(o)

- a)** Bachiller en contabilidad
- b)** Tener conocimiento de contabilidad de costos.
- c)** Conocimiento de leyes tributarias.
- d)** Tener buena redacción para escritos.
- e)** Ser Honesta y responsable.

➤ Funciones de la contadora(o)

- a)** Llevar los registros contables de la empresa al día.
- b)** Estar al día con las disposiciones tributarias.
- c)** Preparar informes financieros y económicos periódicamente.
- d)** Actuar con inteligencia, honestidad y responsabilidad en el manejo de información de la empresa.
- e)** Mantener actualizada la información.
- f)** Custodiar la inversión de dinero y garantía de créditos.

6.6.4. Área de Producción

1. TÉCNICO

Se encarga de la producción de la materia prima y el tratamiento de la carne que será expendida a los clientes.

➤ **Perfil del Técnico**

- a) Tener título de Ingeniero Agrónomo o afines.
- b) Tener conocimientos en crianza de animales ovinos.
- c) Manejar procesos alimentarios.
- d) Tener disposición de trabajar horas extras
- e) Ser responsable
- f) Poseer vehículo para movilizarse.

➤ **Funciones del Técnico**

- a) Seleccionar y autorizar la compra de ovejas reproductora y machos para sementales.
- b) Controlar el apeque, la gestación y nacimiento de las crías.
- c) Seleccionar y autorizar la compra de alimento para las ovejas de engorde y reproductoras.
- d) Supervisar la porción alimentaria diaria de las ovejas de engorde y de las reproductoras.
- e) Elaborar el formato de guía para determinar el tiempo de separación de las ovejas para ser faenadas y comercializar la carne.

2. TRABAJADORES

Se encuentran ubicados en dos secciones:

Sección 1: Producción de las ovejas pelibuey

Los trabajadores tendrán que brindar apoyo con la crianza de las ovejas, en lo que tiene que ver en la alimentación, pastoreo, vigilancia del tiempo de separación de las ovejas para ser faenadas.

Funciones de los trabajadores de la Sección 1

- a) Mantener limpios los establos donde se encierra las ovejas luego del pastoreo.
- b) Preparar los bebederos con agua limpia diariamente.
- c) Dotar de alimento preparado, en el tiempo requerido.
- d) Pastorear las ovejas.
- e) Supervisar el tiempo requerido para la separación de las ovejas para ser faenadas.
- f) Trasladar las ovejas a lugar donde serán faenadas.

Sección 2: Preparación de la carne para la comercialización

Los trabajadores tendrá, la obligación de llevar las ovejas al camal municipal para faenarlas luego deberán procederán a preparar la carne para ser distribuida en los distintos expendios de carne para su comercialización.

Funciones de los trabajadores de la Sección 1

- a) Llevar al camal Municipal las ovejas para el desposte.
- b) Cortar la carne si es para entregar empacada.
- c) Congelar la carne

6.6.5. Unidad de Comercialización

Esta área se encarga de realizar la comercialización del producto.

1. Vendedor

Quien ocupe este cargo estará deberá encargarse de la búsqueda de clientes potenciales, distribución de la carne de oveja y desarrollar

estrategias de marketing para la captación de clientes y posicionamiento del producto y marca.

➤ **Perfil del vendedor**

- a) Tener un título de tercer nivel en Marketing o afines.
- b) Manejar criterios de ventas y comercialización.
- c) Ser entusiasta y creativo
- d) Ser honesto y respetuoso

➤ **Principales Funciones.**

- Determinar los canales adecuados de comercialización del producto.
- Proponer el plan de promoción y publicidad que incluirá las distintas campañas publicitarias y la selección de los medios publicitarios óptimos para atraer a los clientes.
- Difundir los beneficios nutricionales que posee la carne de oveja y buscar la aceptación del producto.
- Informar sobre las ventas realizadas y exigencias de los clientes.

➤ **Estrategias de Comercialización.**

- En el campo publicitario realizar una campaña en radio y televisión, exponiendo las bondades del producto.
- Existirá promociones a los clientes frecuentes y dar un trato privilegiado conservando este tipo de cliente.
- Utilizar estrategias de mercadeo, para llegar a potenciales clientes.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

En el presente capítulo se analizan varios indicadores importantes para determinar aspectos positivos y negativos que el proyecto generará en el sector donde se implantará el proyecto. Los presentes impactos se los analizará mediante la utilización una metodología que es de fácil desarrollo e interpretación.

A continuación se presentan los siguientes impactos:

- Impacto socio-económico
- Impacto empresarial
- Impacto educativo-cultural
- Impacto ambiental

7.1. METODOLOGÍA A UTILIZARSE

Cuadro 93 MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

-3	-2	-1	0	1	2	3
IMPACTO ACTO	IMPACTO MEDIO	IMPACTO BAJO	NO HAY IMPACTO	IMPACT O BAJO	IMPACTO MEDIO	IMPACTO ALTO
NEGATIVO			NO HAY IMPACTO	POSITIVO		

Elaborado por: La autora

7.2. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

Cuadro 94 IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Nivel de ingresos						x		2
Consumo de productos carnes nutricionales					x			1
Estabilidad laboral				x				0
TOTAL								3

Elaborado por: La autora

E= 8

Impacto Social= 3/3

Impacto Social= 1.

ANÁLISIS

Nivel de ingresos

La pequeña empresa de producción y comercialización de carne de oveja pelibuey genera impacto positivo en el aspecto social – económico ya que se considera que la empresa genera nuevas plazas de trabajo para las personas de la zona dando ingresos económicos para aquellas personas que laboren en ella y consecuentemente mejora su calidad de vida.

Consumo de productos carnes nutricionales

Este proyecto pretende introducir un nuevo producto cárnico en el mercado que posea propiedades nutricionales, pero la cultura y el hábito de consumo es bajo.

Estabilidad laboral

En este aspecto la estabilidad laboral no es segura ya que el proyecto obtiene valores negativos en los primeros años y tal vez en algún momento se tendrá que reducir el persona.

7.3. EDUCATIVO

Cuadro 95 IMPACTO EDUCATIVO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimientos							x	3
Toma de decisiones						x		2
Evaluación de resultados						x		2
TOTAL								7

Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto Educativo} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Impacto Educativo} = 2.33$$

ANÁLISIS

La presente investigación permite establecer criterios de análisis y razonamiento para la aplicación de los conocimientos aprendidos en el aula, permite la adecuada toma de decisiones ante posibles obstáculos que se presenten en la implantación de dicho proyecto. Además resulta ser un proyecto dinámico ya que se investigó las bases teóricas para la realización adecuada de dicho proyecto

7.4. EMPRESARIAL

Cuadro 96 IMPACTO EMPRESARIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Emprendimiento de nuevos negocios						x		2
Mejoramiento competitivo							x	3
Servicio de calidad						x		2
TOTAL								7

Elaborado por: La autora

$$\text{Impacto Empresarial} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Impacto Empresarial} = 2.33$$

ANÁLISIS

Emprendimiento de nuevos negocios

La pequeña empresa está enfocada a la producción que es poco conocido en el mercado pero lo que se trata es de emprender nuevos negocios que permitan dar nuevas oportunidades de mercado.

Mejoramiento competitivo

Se pretende mejorar el mejoramiento competitivo en la producción para obtener procesos que optimicen los materiales que posee la empresa y obtener la mayor utilidad posible.

Servicio de calidad

La calidad se mide desde la producción de las ovejas, manteniendo una alimentación adecuada para suministrar las propiedades alimenticias que debe tener la carne al momento de la comercialización

7.5. AMBIENTAL

Cuadro 97 IMPACTO AMBIENTAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de desechos					x			1
Conservación del medio ambiente							x	3
TOTAL								4

Elaborado por: La autora

$$E = 5$$

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{4}{2}$$

$$\text{Impacto A} = 2$$

ANÁLISIS

Manejo de desechos

La pequeña empresa genera desechos en el faenamiento pero no es un impacto notorio ya que se tomará las debidas provisiones para realizar el tratamiento de desechos ya que se los descompondrá para materia orgánica.

Conservación del medio ambiente

En cuanto a la crianza de las ovejas pelibuey, esto permite en cierto porcentaje mejorar los suelos de los terrenos en donde pastorean, ya que los excrementos son considerados con altos porcentajes de nutrientes que ayudan al fortalecimiento de los suelos.

CONCLUSIONES

- Se determina que en la ciudad de Mira existe un clima templado, posee terrenos de pastos y tiene buenas condiciones para la producción de las ovejas pelibuey lo que se considera que el proyecto tendrá una buena viabilidad para su ejecución.
- La comercialización de la carne de pelibuey se realizará en la Ciudad de Ibarra debido a que la tasa de crecimiento poblacional de Mira es negativa. De tal manera que se logra obtener una demanda significativa dando mayor posibilidad de tener mayores ventas y que tenga aceptación en el mercado.
- La oferta en la ciudad de Ibarra es pequeña y no cubre el total de la demanda existente y sencillamente se puede establecer precios estratégicos que sean de fácil acceso para las personas que poseen un nivel económico medio y medio alto.
- La crianza de ovejas necesita un mayor cuidado en la temperatura y clima en que se desarrollen y en su alimentación para generar producción y rendimiento nutricional en la carne.
- Se cuenta con la suficiente materia prima, mano de obra y el espacio suficiente para llevar a cabo las operaciones de la pequeña empresa.
- Los resultados de la evaluación financiera permitieron conocer que el proyecto no es factible, debido a que la tasa interna de retorno es menor a la tasa de descuento.
- La Estructura Administrativa y Funcional permitirá identificar cada una de las áreas requeridas logrando una organización adecuada para la

operación de la empresa en todas sus áreas y lograr cumplir con los objetivos planteados.

RECOMENDACIONES

- Se debe aprovechar las oportunidades que brinda el área geográfica de la ciudad de Mira, ya que cuenta con una variedad de climas y posee grandes extensiones de terrenos en los que se pueden cultivar pastos, los cuales son adecuados para la crianza de estas ovejas pelibuey. Dando así una ventaja para el desarrollo del proyecto.
- La pequeña empresa debe aprovechar la capacidad instalada para tratar de cubrir la demanda insatisfecha que existe, pero además deberá brindar un producto de calidad que sea capaz de mantenerse en el mercado durante la vida del proyecto. También será necesario aplicar estrategias de marketing para dar conocer el producto.
- Se deberá establecer parámetros que permitan ofertar el producto con precios competitivos, dando mayor facilidad al cliente para la adquisición y venta del producto.
- Se debe desarrollar un adecuado sistema donde se registre el comportamiento de crecimiento de las ovejas, para disminuir el grado de enfermedades que pueden contraer o el grado mortalidad que pueden provocarse a causa del cambio de temperaturas o a la inadecuada proporción alimenticia.
- Es necesario que la pequeña empresa cuente con el personal requerido, los equipos y los materiales necesarios para lograr mayor eficiencia el proceso de producción de las ovejas pelibuey ya que es necesario tener una mayor control en este proceso para lograr cubrir con la demanda estudiada, caso contrario la empresa puede contraer problemas de incumpliendo con los clientes.
- Es mejor invertir el dinero en una institución financiera ya que genera más rentabilidad que utilizarlo en la ejecución del proyecto propuesto.

- Cada uno de los miembros deberán comprometerse con la pequeña empresa para lograr los cumplir eficientemente de los objetivos planteados, para ello será necesario que el nivel ejecutivo desarrolle estrategias que puedan desarrollarse adecuadamente y lograr buenos resultados.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. (6ª. Ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Córdova, M. (2010). *Formulación y evaluación de Proyectos*. (2ª. Ed) Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Garnica, C. & Maubert C. (2009). *Fundamentos del Marketing*. (1ª. Ed.): Pearson Educación.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing* (11a. ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.
- LONGENECKER, Petty (2010) *Administración de pequeñas empresas*, décimo cuarta edición.
- Mankiw, G. (2009). *Principios de economía* (5a ed.). México: Cengage Editores.
- Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Mira, 2012
- Prieto, J. (2009). *Investigación de mercados*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rivera, J. & Garcillán, M. (2012). *Dirección de Marketing: Fundamentos y Aplicaciones*. (2ª. Ed.) Madrid: Alfaomega.
- Salinas, Paulina (2009), *Metodología de la Investigación*, Segunda edición, Edición Ciespal.
- Sanmiguel L. & Serrahima L. (2012). *Manual de crianza de animales*. (1ª Ed.) Barcelona: Lexus Editores.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión. Formulación Evaluación*, (2ª. Ed). Chile: Pearson Educación.
- Warren, C., Reeve, J. & Duchac, J. (2009). *Contabilidad Financiera*. (11ª Ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.

LINKOGRAFÍA

www.inec.com

www.mira.gob.ec

www.agropecuarios.net/ovinos-pelibuey-en-cuba

www.nartusant.com

www.ibarra.gob.ec/

www.wordreference.com

ANEXOS

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA EN LA CIUDAD DE MIRA E IBARRA

DATOS DEL AÑO 2008							
Zona	N° de Animales		TOTAL	N° Familias	N° de Crías Nacidas		TOTAL
	Hembras	Machos			Hembras	Machos	
Otavalo	11	2	13	4	10	5	15
Ibarra	10	2	12	2	7	6	13
El Hato	10	1	11	1	3	2	5
Tulquizan	5	1	6	1	9	8	17
Playa Rica	5	1	6	1	0	2	2
Las Parcelas		1	1	1	9	13	22
Chulte	5	2	7	1	5	4	9
El naranjal	10	2	12	3	4	2	6
La Achira	5	1	6	1		2	2
Palo Blanca	10	2	12	2	2	2	4
Santiaguillo	5	1	6	1	4	3	7
Pisquer	10	2	12	2	3	1	4
Huaquer	100	18	118	39	16	98	114
Pueblo Viejo	5	1	6	1	4	3	7
TOTAL			228				227

FUENTE: CODENOR
ELABORADO POR: La autora

PROYECCIÓN DE LA OFERTA HASTA EL AÑO 2013

AÑO	Numero de ovejas	Tasa de proyección	Tasa de mortalidad 8%	Total de ovejas africanas
2008	455	0,0501		
2009	618	1,35883389		
2010	853	1,37986947		
2011	1196	1,40230955		
2013	1706	1,42626679	137	1569

ELABORADO POR: La autora

CENTROS DE COMERCIALIZACIÓN DE CARNE

NOMBRE DEL LOCAL	PERSONERÍA	CLAVE CATASTRAL	TELÉFONO	CALLE PRINCIPAL
VENTA DE CARNE	NATURAL	100155010113021000	090393902 / 1	PANAMERICANA NORTE LITA
FRIGORIFICO	NATURAL	100104040166002000	0994903200 / 098235110	OBISPO MOSQUERA 12-009
VENTA DE CARNE	NATURAL	100157570421004000	0980578163 /	15 DE MAYO 01-094
FRIGORIFICO	NATURAL	100104040166007000	2952636 /	JUAN FRANCISCO CEVALLOS 01-081
TERCENA	NATURAL	100103030240001000	2643537 / 0	JOSE JOAQUIN OLMEDO 04-023
TERCERA EDAD TIENDA	NATURAL	100103030303040000		AURELIO MOSQUERA NARVAEZ 02-157
VENTA DE CARNE	SOCIEDAD	100103031130007000	062547025 / 1	OBISPO JESUS YEROVI S/N
VENTA DE CARNE	NATURAL	100104040672008000	2608275	JUAN DE LA ROCA 7-071
TERCENA	NATURAL	100155010118008000	099326194 /	CARRERA B S/N
ALMACENES TIA	SOCIEDAD	100103030303040000		PEREZ GUERRERO Y SANCHEZ
TERCENA	NATURAL	100104040461012000	0990343442 / 2643285	AV. EL RETORNO 17-042
TERCENA	NATURAL	100103031046003000	/	JUAN HERNANDEZ 02-217
TERCENA	NATURAL	100155010121008000	/ 097634170	CARRERA B LITA S/N
TERCENA	NATURAL	100104040144001231	2959195 / 952957	OBISPO MOSQUERA 08-032 AMPL E 231
VENTA DE CARNE	NATURAL	100104040171001000	/ 2643285	ZENON VILLACIS 02-016

TERCENA	NATURAL	100155010118008000	099326194 /	CARRERA B S/N
TERCENA	NATURAL	100102020319015000	2545320 / 954601	ISLA SAN SALVADOR 04-078
TERCENA	NATURAL	100104040165007000	0990315833 /	ANTONIO CORDERO 01-055
VENTA DE CARNE	OBLIGADA	100103030532006000	2950237 /	PAS. S/N 05-055
TERCENA	NATURAL	100102020479003000	2558013	QUITO 8-19
TERCERA EDAD TIENDA	NATURAL	100103030303040000		AURELIO MOSQUERA NARVAEZ 02-157
VENTA DE CARNE	NATURAL	100104040423007000	2609076 /	JACINTO EGAS ALMEIDA 04-091
FRIGORIFICO	NATURAL	100104040432001000	093588877 / 2651891	AV. EL RETORNO 15-016
TERCENA	NATURAL	100157570347017000		POMPILLO MIDEROS S/N LOT. G PAREJA S ANT
SUPERMAXI	SOCIEDAD	100104040705003000	2642470 /	AV. MARIANO ACOSTA 22-097
VENTA DE CARNE POR MENOR	NATURAL	100157570264019000	0986920222 /	27 DE NOVIEMBRE 08-021
TERCENA	NATURAL	100104040165003000	2609512 /	OBISPO MOSQUERA 11-011
TERCENA	NATURAL	100155010118008000	099326194 /	CARRERA B S/N
VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE CONFITERIA	OBLIGADA	100103030502001000	2955181 /	AV. FRAY VACAS GALINDO 08- 189
VENTA AL POR MAYOR DE POLLO	OBLIGADA	100104040164002000	2957234 /	OBISPO MOSQUERA 10-027
TERCENA	NATURAL	100103030981007000	97695972	AV. FRAY VACAS GALINDO 12- 052
TERCENA	NATURAL	100104040166001000	0997673812 / 2600633	OBISPO MOSQUERA 12-029

FRIGORIFICO	NATURAL	100103030912004000	2601657 / 601657	13 DE ABRIL 28-031
TERCENA	NATURAL	100104040144001229	2959195 / 2952957	OBISPO MOSQUERA 08-012 AMPL E 229
TERCENA	NATURAL	100104040165001000	2955933 / 954268	JUAN FRANCISCO BONILLA 01- 008
TERCENA	NATURAL	100155010118008000	099326194 /	CARRERA B S/N
VENTA DE CARNE	NATURAL	100103030929001000	986570221	JOSE IGNACIO BURBANO 01- 0125
VENTA DE CARNE	NATURAL	100103030909038000	2956219 / 956245	JUAN LEON MERA 02-055
VENTA DE CARNE	NATURAL	100104041340015000	/	CALLE S/N ROMERILLO ALTO 0
TERCENA	NATURAL	100105050206004000	2610126 / 2610126	ABDON CALDERON GARICOA 01-033 PRIORATO
VENTA DE CARNE	NATURAL	100157600125065000	2551143 /	EZEQUIEL RIVADENEIRA S/N
TERCERA EDAD TIENDA	NATURAL	100103030950008000	2951375	BOLIVIA 04-035
VENTA DE CARNE DE RES	NATURAL	100104040166001000	997971116	OBISPO MOSQUERA 12-027
SUPERMERCADO	NATURAL	100103031238002000	0999049901 / 2436052	PANAMERICANA NORTE S/N
TERCENA	NATURAL	100101010256009000	2650661 /	AV. ATAHUALPA 29-015
TERCENA VALENTINA	NATURAL	100103030405004000	999532899	AV. FRAY VACAS GALINDO 06- 167
FRIGORIFICO	NATURAL	100103030558041000	97662020	10 DE AGOSTO 01-242
VENTA DE CARNE	NATURAL	100157600125065000	2551143 /	EZEQUIEL RIVADENEIRA S/N
TERCERA EDAD TIENDA	NATURAL	100103030950008000	2951375	BOLIVIA 04-035

VENTA DE CARNE DE RES	NATURAL	100104040166001000	997971116	OBISPO MOSQUERA 12-027
TERCENA	NATURAL	100103030905001000	91327203	AV. JAIME ROLDOS AGUILERA 09-057
TERCENA	NATURAL	100155010118008000	099326194 /	CARRERA B S/N
TERCENA	NATURAL	100104040492014000	2609740 / 2291544	RIO AGUARICO 04-020
TERCENA	OBLIGADA	100104040144004009	2956123 /	OBISPO MOSQUERA MERC/AMAZ/AR C2 009
TERCENA	OBLIGADA	100104040144003328	2610601 /	AV. EUGENIO ESPEJO MERC/AMAZ/AR 328
FRIGO EXPRESS	OBLIGADA	100104040103002000	2950819 / 950819	MIGUEL OVIEDO 09-059
VENTA DE CARNE	NATURAL	100103030209011000	2644382 /	ROBERTO POSSO 01-112
FRIGORIFICO	NATURAL	100105050204011000	094045468 /	EL CUNRRO 2-06
TERCENA	NATURAL	100155010118008000	099326194 /	CARRERA B S/N
FRIGORIFICO	NATURAL	100104040165001000	2952604 / 952604	JUAN FRANCISCO CEVALLOS 01-026
ASADOS DE CARNES	NATURAL	100104040511007000	2600179	AV. ATAHUALPA 14-069
VENTA DE CARNE	NATURAL	100103031234006000	2950730 /	DR. PLUTARCO LARREA TORRES PLUTARCO LARREA
TERCENA	NATURAL	100104040143001000	2611015	AV. ALFREDO PEREZ GUERRERO 08-126
FRIGORIFICO	NATURAL	100104040166002000	994903200	OBISPO MOSQUERA 12-009
FRIGORIFICO	NATURAL	100103030980004000	990187321	URUGUAY 13-39
TERCENA	NATURAL	100155010118008000	099326194 /	CARRERA B S/N

TERCINORTE S A	SOCIEDAD	100103030327006000	062642657 / 642657	JULIO ZALDUMBIDE 03-035
VENTA AL POR MENOR DE CARNE	NATURAL	100104040423007000	2609076 / 644615	JACINTO EGAS ALMEIDA 04-091
TERCENA	NATURAL	100103030905001000	91327203	AV. JAIME ROLDOS AGUILERA 09-057
TERCENA	NATURAL	100155010118008000	099326194 /	CARRERA B S/N
TERCENA	NATURAL	100104040492014000	2609740 / 2291544	RIO AGUARICO 04-020
VENTA DE CARNE	NATURAL	100157570263011000	088386901 / 1	EZEQUIEL RIVADENEIRA 06-020
TERCENA	NATURAL	100105050216023000	2580563 /	MOJANDA 5-96

Fuente: GAD de Ibarra

Elaborado por: La autora

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Encuesta dirigida a los expendedores de productos cárnicos en la ciudad de Ibarra.

El objetivo de esta encuesta es conocer la oferta y demanda de carne de oveja.

Lea detenidamente la pregunta antes de contestar. Marque con una (X) la respuesta según corresponda.

CUESTIONARIO

1. ¿Qué clases de productos cárnicos comercializa con mayor frecuencia?

- Res ()
Porcino ()
Ovino ()
Otras ¿Cuál?.....

2. ¿En dónde adquiere sus productos?

- En el mercado de animales ()
Productores (especifique) ()
Otros ()
¿Cuál?.....

3. ¿Qué toman en cuenta sus clientes para adquirir estos productos cárnicos?

- Los beneficios nutricionales ()
Facilidad de preparación ()
Gustos y preferencias ()
El precio ()
La calidad ()

4. ¿Los diferentes productos que comercializa de qué manera los adquiere?

- En pie y los faena ()
Faenados y sin empacar la carne ()
Faenados y empacada la carne ()
Otros ()
¿Cuál?.....

5. ¿En qué presentación comercializa sus productos cárnicos?

- Empaque al vacío ()
Pesados por libras ()
Otros ¿Cuál?

6. ¿Le gustaría comercializar un producto que tenga beneficios nutricionales que satisfagan las necesidades del cliente?

- De acuerdo ()
Medianamente de acuerdo ()
Medianamente en desacuerdo ()
Totalmente en desacuerdo ()

7. ¿Conoce Ud. la carne de oveja (pelibuey)?

- Bastante ()
Poco ()
Nada ()

8. ¿Sabía Ud. que la carne de oveja (pelibuey) es considerada un producto cárnico debajas calorías y rico en proteínas y minerales?

- Conoce mucho ()
Conoce medianamente ()
Desconoce ()

9. ¿Le gustaría agregar la carne de oveja (pelibuey) a la línea de productos cárnicos que usted comercializa?

- De acuerdo ()
Medianamente de acuerdo ()
Totalmente en desacuerdo ()

10. **¿Qué cantidad estaría dispuesto a comprar semanalmente?**

De 50 a 100 libras ()

De 101 a 150 libras ()

De 151 a 200 libras ()

Más de 200 libras ()

11. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la libra de carne de cordero (pelibuey)?**

De 1 a 2 dólares ()

De 3 a 4 dólares ()

De 5 en adelante ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

INSTRUMENTO N°2

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE OVEJAS DE RAZA AFRICANA (PELIBUEY).

El objetivo de esta entrevista es conocer el proceso de producción de la oveja pelibuey.

1. ¿De qué lugar traen las crías de las ovejas africanas?

.....
.....
.....

2. ¿Cuál es costo que tiene cada oveja que sale a la venta?

.....
.....
.....

3. ¿A qué climas se adaptan las ovejas?

.....
.....
.....

4. ¿Cuántas ovejas produce por hectárea de terreno?

.....
.....
.....

5. ¿Cuál es el alimento adecuado para las ovejas africanas?

.....
.....
.....

6. ¿Qué edad debe tener la oveja para que pueda ser faenada?

.....
.....
.....

7. ¿En qué lugar comercializan las ovejas africanas?

.....
.....
.....

8. ¿Qué tipo de mano de obra utiliza en el proceso productivo?

.....
.....
.....